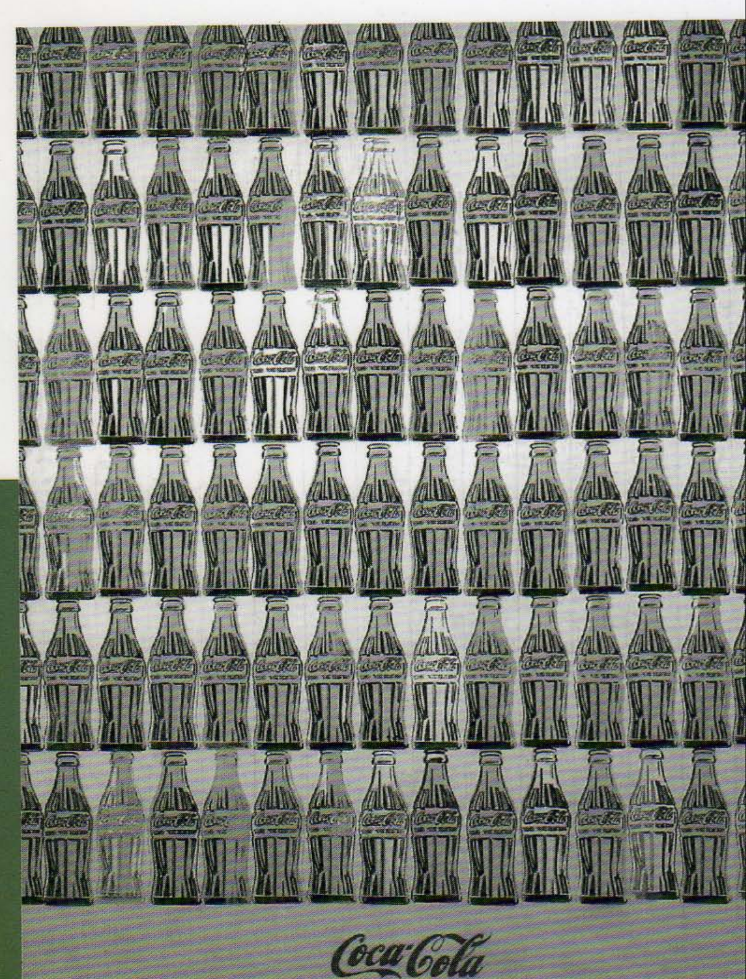
Mike Featherstone

# Cultura de consumo y posmodernismo

*sociología*




Amorrortu/*editores*

# Cultura de consumo y posmodernismo

Mike Featherstone

Amorrortu editores

Biblioteca de sociología
*Consumer Culture and Postmodernism*, Mike Featherstone

Traducción, Eduardo Sinnott



Industria argentina. Made in Argentina

ISBN 950-518-180-9
ISBN 0-8039-8415-4, Londres, edición original


Buenos Aires, 2000

*Para Edna, Claire y John*

# Indice general

# Prefacio

Mi interés por la cultura de consumo nació en la segunda mitad de la década de 1970. El estímulo para ello fueron los trabajos de los miembros de la Escuela de Francfort y de otros defensores de la Teoría Crítica que fueron presentados y tan bien discutidos en revistas tales como *Telos* y *New German Critique*. Las teorías de la industria cultural, la reificación, el fetichismo de la mercancía y la racionalización instrumental del mundo hicieron que la atención dejara de centrarse en la producción y se dirigiera al consumo y a los procesos de cambio cultural. Estas distintas conceptualizaciones me fueron de particular ayuda para comprender un área que durante mucho tiempo ha sido objeto de insuficiente teorización —al menos a juzgar por la atención que le dedicaban los teóricos sociales y culturales—: el estudio del envejecimiento. Pese a los importantes problemas teóricos que ese estudio plantea, tales como la intersección del tiempo vivido y el tiempo histórico, la experiencia generacional, la relación entre el yo y el cuerpo, etc., era evidente que los intentos de explorar esos problemas en relación con procesos sustantivos de cambio social eran escasos. Los trabajos de los teóricos críticos y de otros autores (especialmente Ewen, 1976) parecían proporcionar un provechoso puente al dirigir la atención al papel de los medios, la publicidad, las imágenes, el ideal hollywoodense, etc., y planteaban la cuestión de sus efectos en la formación de la identidad y en las prácticas cotidianas. En esa época yo estaba escribiendo un libro con Mike Hepworth (Hepworth y Featherstone, 1982) acerca de la redefinición de la edad madura como una fase más activa de la «juventud media», y parecía aceptable una explicación que apuntase al desarrollo de nuevos mercados y a la extensión, a esos grupos, de estilos de vida de una cultura de consumo activa, que ponían el acento en la juventud, el estado físico y la belleza. La formulamos explí-

citamente en un trabajo titulado «Ageing and Inequality: Consumer Culture and the Redefinition of Middle Age», presentado en la British Sociological Association Conference de 1981 (Featherstone y Hepworth, 1982). Le siguieron un trabajo de índole más teórica: «The Body in Consumer Culture» (Featherstone, 1982) y, más tarde, en 1983, un número especial de la revista *Theory, Culture & Society* acerca de la cultura de consumo.

En la actualidad, si bien el interés en la «cultura de consumo» y el empleo de esta expresión han crecido constantemente, ya no se concede gran significación a las teorías de Adorno, Horkheimer, Marcuse y otros teóricos críticos. Su enfoque suele presentarse como una crítica elitista de la cultura de masas, basada en distinciones, hoy consideradas dudosas, entre individualidad real y seudo individualidad, y entre necesidades auténticas y falsas. En general se entiende que desprecian la degradada cultura de masas y que sienten poca simpatía por la integridad de los placeres de las clases populares. Esta última postura ha recibido un fuerte respaldo con el paso al posmodernismo. Con todo, a pesar del giro populista en los análisis de la cultura de consumo, puede decirse que, en realidad, algunas de las cuestiones planteadas por los teóricos críticos —por ejemplo, «¿cómo discriminar entre los valores culturales?», «¿cómo formular juicios estéticos?», y su relación con cuestiones prácticas referentes a «¿cómo debemos vivir?»— no han sido resueltas, sino que meramente se las dejó a un lado.

Reviste aquí interés el tema de reflexión que se pone de manifiesto con más vigor en los capítulos concernientes al posmodernismo: la cuestión de la pertinencia, esto es, cómo y por qué escogemos un marco de referencia y una perspectiva valorativa determinados. Si el estudio del consumo y conceptos tales como el de cultura de consumo logran abrirse camino dentro de la orientación dominante en el aparato conceptual de la ciencia social y de los estudios culturales, ¿qué indica ello? ¿Cómo ha llegado a concederse al estudio del consumo y de la cultura —dos cosas, dicho sea de paso, consideradas hasta hace poco como derivadas, periféricas y femeninas, en contraposición con el carácter central que se acordaba a la esfera más masculina de la producción y la economía— un lugar más importante en el análisis de las relaciones sociales y las representaciones culturales? ¿Aca-

so hemos entrado en una nueva etapa de organización intra o intersocietal, en la que tanto la cultura como el consumo desempeñan un papel más decisivo? Pueden hallarse variedades de esta tesis en los escritos de Bell, Baudrillard y Jameson discutidos en este volumen. No obstante, aparte del plausible supuesto de que hemos ingresado en una etapa del «capitalismo» (el capitalismo de consumo), de la «industrialización» (sociedad posindustrial o de la información) o de la «modernidad» (la alta modernidad o posmodernidad), que es lo bastante nueva y distintiva para justificar que un nuevo concepto reoriente nuestra atención, debemos también hacer frente a la posibilidad de que no sea la «realidad» lo que ha cambiado, sino la percepción que tenemos de ella. Este último punto de vista figura en el epígrafe de Max Weber que encabeza el capítulo final: «Cada uno ve lo que está en su propio corazón». Por consiguiente, tenemos que investigar los procesos de formación y deformación de conceptos entre los especialistas de la cultura (artistas, intelectuales, académicos e intermediarios). Esto hace que nuestra atención se dirija a los procesos que se desarrollan en el campo cultural especializado y en sus diversos subcampos: las luchas entre los grupos establecidos y los grupos marginales por monopolizar y fijar las jerarquías simbólicas. Sólo si intentamos comprender los cambios que se producen en las prácticas, en las relaciones de interdependencia y en los equilibrios de poder de los especialistas de la cultura que influyen en la producción de la cultura especializada —y ello en el sentido restringido de modelos culturales, interpretaciones, aparatos conceptuales, pedagogías y comentarios—, podremos comprender mejor la forma en que percibimos y valoramos la cultura que está «ahí afuera». Este problema, el de la interrelación de la cambiante naturaleza de las distintas formulaciones especializadas de la cultura y los distintos regímenes de significación y de práctica que forman el tejido de la cultura vivida cotidiana, no sólo es importante para comprender la oscilación entre la valoración positiva y la valoración negativa de las culturas de masas, popular y de consumo, sino que también es, diría yo, fundamental para comprender el posmodernismo. En mi caso, el interés por el posmodernismo fue consecuencia de los problemas que hallé al procurar comprender la cultura de consumo y de la necesidad de explorar los vínculos directos que

Bell, Jameson, Baudrillard, Bauman, y otros, establecen entre ellos.

Algunos de los capítulos de este libro también ilustran, pues, mi preocupación por llegar a aceptar el intrincado conjunto de problemas que plantea el surgimiento del posmodernismo. En esos capítulos intento no sólo investigar lo posmoderno como movimiento cultural (posmodernismo) producido por artistas, intelectuales y otros especialistas de la cultura, sino también indagar cómo se relaciona el posmodernismo, entendido en ese sentido restringido, con cambios culturales supuestamente más amplios producidos en las experiencias y las prácticas cotidianas que pueden considerarse posmodernas. No cabe suponer meramente que en esa relación los especialistas de la cultura desempeñan un papel pasivo, como receptores, exponentes e intérpretes particularmente sensibles de los signos y los indicios del cambio cultural. También deben investigarse su papel e interés activos en la educación y la formación de audiencias sensibles a la interpretación de conjuntos particulares de experiencias y de artefactos mediante la etiqueta de «posmoderno». Esto remite también a la prominencia de los cambios producidos en las relaciones de interdependencia y luchas de poder entre los especialistas de la cultura y otros grupos de especialistas (intermediarios económicos, políticos, administrativos y culturales), que influyen en su capacidad de monopolizar y desmonopolizar el conocimiento, los medios de orientación y los bienes culturales. En síntesis, es necesario no sólo que nos preguntemos qué es lo posmoderno, sino también por qué y cómo nos interesamos por esa cuestión en particular. Debemos, pues, indagar las condiciones de posibilidad de la recepción positiva del concepto de lo posmoderno y de su emergencia como una poderosa imagen cultural, independientemente de los cambios culturales y los procesos sociales reales que algunos desearían colocar en un primer plano como prueba de lo posmoderno: el supuesto cambio que lleva más allá de lo moderno.

Aunque sería bastante legítimo partir de un elevado nivel de abstracción y dar a un amplio segmento particular de la historia occidental el rótulo de «modernidad», definiéndolo por un conjunto de características específicas, y a continuación suponer que hemos abandonado ese núcleo para dirigirnos a una cosa distinta, aún insuficientemente defi-

nida, existe el peligro de que cuanto más se considere el conjunto opuesto de rasgos inicialmente formulados como negatividad de la modernidad, tanto más cobren una incitante vida propia y más reales parezcan. Aquellos cuya mirada estaba antes orientada por imágenes y figuras de orden, coherencia y unidad sistemática, aprenden ahora a mirar a través de nuevos marcos cognitivos que subrayan el desorden, la ambigüedad y la diferencia. No hay entonces un largo trecho hasta la «posmodernidad»: término que conlleva el peso de un cambio epocal radical al que se le confiere credibilidad con una serie de deducciones que parten de una terminología igualmente especulativa, como «sociedad posindustrial» o «sociedad de la información», alistadas en su respaldo. Nada hay de malo en una teoría altamente especulativa, salvo que se la presente y se la legitime como teoría que ha ido más allá de la investigación empírica o logrado desacreditar la necesidad de esa investigación. Por desdicha, eso parecería haber ocurrido a veces con el término «posmoderno» y la familia de términos asociados a él. De hecho, algunos sostendrían que las implicancias del posmodernismo son que debemos procurar desacreditar y abandonar las antiguas metodologías, y no intentar dar cuenta de lo posmoderno, sino ejercer el posmodernismo y formular una sociología posmoderna.

Una de las intenciones fundamentales de este libro es, pues, la de comprender cómo surgió el posmodernismo y cómo llegó a ser una imagen cultural tan vigorosa e influyente. Eso no equivale a suponer que el posmodernismo es meramente una construcción «artificial» deliberada de intelectuales descontentos empeñados en acrecentar su poder potencial. Lejos de ello. Antes bien, la intención es plantear cuestiones en torno de la producción, la transmisión y la difusión del conocimiento y la cultura. En los distintos capítulos también se consideran con atención las experiencias y las prácticas designadas como posmodernismo, y se busca investigar y abarcar el espectro de fenómenos asociados a esa categoría. Con todo, una vez que nos centramos en las experiencias y práctica reales, es manifiesto que existen semejanzas entre esas experiencias y prácticas supuestamente posmodernas y muchas otras consideradas modernas (en el sentido de *modernité*) y aun premodernas. Eso hace que debamos apartarnos de algunas de las dicotomías

y tricotomías simples sugeridas por los términos «tradición», «moderno» y «posmoderno», para considerar también los elementos de similitud y de continuidad presentes en experiencias y prácticas que en realidad pueden considerarse *trans*modernas (y la categoría asociada a ellas: la *transmodernité*). Son esas cuestiones teóricas —los problemas de conceptualización y de definición indispensables para comprender la prominencia o expansión presuntas del papel de la cultura en las sociedades contemporáneas— las que hacen que el tema de lo posmoderno resulte tan atractivo.

Esas cuestiones teóricas concernientes a la relación de la cultura con la sociedad —que dan a entender que hemos trabajado durante demasiado tiempo con una concepción manifiestamente social de las estructuras sociales y sugieren que nuestra concepción general de la cultura debe ser profundamente revisada— surgieron en la década de 1980. En realidad, es difícil separar la cuestión de lo posmoderno del perceptible incremento del interés por la teorización de la cultura, que ha llevado a esta de un lugar periférico al centro de los distintos campos académicos. Esta situación también se reflejó en la atención que le hemos prestado al posmodernismo en varios números especiales de *Theory, Culture & Society.* Nuestra atención se orientó en un primer momento a los «debates» entre Habermas y Foucault, los cuales me instaron a elaborar un número especial de esa publicación en torno del tema de «The Fate of Modernity» (1985, 2 [3]). En la preparación de ese número, y en la respuesta que le siguió, se hizo claro que la cuestión del posmodernismo requería un tratamiento más amplio y completo. Eso se logró en el número doble especial acerca del «Postmodernism» (1988, 5 [2-3]). Recuerdo que en esa época había muchísimo escepticismo en cuanto a si acaso el posmodernismo no era tan sólo un furor pasajero o un tema de moda que duraría poco. Hoy es indudable que ha perdurado más que una moda, y da señales de que subsistirá aún por un tiempo como poderosa imagen cultural. Esa es una excelente razón para que los científicos sociales y otros especialistas se interesen por él. Pero queda por ver si de ese impulso surgirán para las ciencias sociales conceptualizaciones útiles de lo posmoderno, que puedan incorporarse al arsenal de conceptos del presente, e incluso superarlo y anunciar la aparición o la necesidad de nuevos modos de concep-

tualización y marcos cognitivos. Por ahora, no podemos sino dar la bienvenida a la aparición de lo posmoderno en razón del espectro de problemas teóricos, sociales y culturales que ha suscitado.

Deseo agradecer a todos mis colegas y amigos vinculados con *Theory, Culture & Society* por su ayuda y su aliento en la composición de este libro. En particular, he discutido con amplitud muchas de las ideas con Mike Hepworth, Roland Robertson y Bryan S. Turner, cuyo apoyo aprecio muchísimo. Deseo también reconocer el aliento y la ayuda de Stephen Barr, Zygmunt Bauman, Steve Best, Josef Bleicher, Roy Boyne, David Chaney, Norman Denzin, el desaparecido Norbert Elias, Jonathan Friedman, el difunto Hans Haferkamp, Doug Kellner, Richard Kilminster, Arthur Kroker, Scott Lash, Hans Mommaas, Stephen Mennell, Carlo Mongardini, Georg Stauth, Friedrich Tenbruck, Willem van Reijen, Andy Wernick, Cas Wouters y Derek Wynne, con quienes he discutido muchos de los temas tratados en este libro. Además, debo mencionar el generoso apoyo que me brindaron mis colegas del Department of Administrative and Social Studies at Teeside Polytechnic, y, en particular, la tarea de Laurence Tasker y Oliver Coulthard, quienes proporcionaron el apoyo institucional y el aliento que contribuyeron a hacer de *Theory, Culture & Society* una publicación viable y fueron tan decisivos para alimentar y sostener mi interés por lo posmoderno. Quisiera agradecer también a Jean Connell, Marlene Melber y a la Data Preparation Section por dactilografiar con tanta paciencia las muchas versiones de los distintos capítulos.

Los capítulos han aparecido en las siguientes versiones anteriores:

1. «Moderno y posmoderno: definiciones e interpretaciones» fue expuesto en seminarios del Goldsmith's College, London University, en febrero de 1988, de la Trent University, Peterborough, Ontario, en marzo de 1988, y en la Amalfi European Prize for Sociology Conference, Amalfi, Italia, en mayo de 1988. En una versión posterior, fue presentado en el Centro de Investigação y Estudos de Sociologia, Lisboa, en junio de 1989. Una versión apareció con el título de «In Pursuit of the Postmodern», en *Theory, Culture & Society*, 5 (2-3), 1988.

2. «Teorías de la cultura de consumo» es una versión revisada del artículo «Perspectives on Consumer Culture», publicado en *Sociology*, 24(1), 1990.
3. «Hacia una sociología de la cultura posmoderna» fue presentado en un seminario realizado en la Leeds University, en mayo de 1987, y en la European Sociological Theories Group Conference in Social Structure and Culture celebrada en Bremen en junio de 1987. Se publicó en H. Haferkamp (comp.), *Social Structure and Culture*, Berlín: de Gruyter, 1989, y en H. Haferkamp (comp.), *Sozial Struktur und Kultur*, Berlín: de Gruyter, 1990.
4. «Cambio cultural y práctica social» fue expuesto en un taller acerca de la obra de Fredric Jameson organizado por Doug Kellner en la International Association for Literature and Philosophy Conference, Lawrence, Kansas, en mayo de 1987. Fue revisado para su publicación en D. Kellner (comp.), *Postmodernism / Jameson / Critique*, Washington: Maisonneuve Press, 1989.
5. «La estetización de la vida cotidiana» se presentó por primera vez en la Popular Culture Association Conference, Nueva Orleans, abril de 1988, y más adelante en la Conference on Modernity as History, Copenhague, en septiembre de 1988, y en un seminario de la Lund University, Suecia, en octubre de 1988. Aparecerá en otra versión en S. Lash y J. Friedman (comps.), *Modernity and Identity*, Oxford: Basil Blackwell.
6. «Estilo de vida y cultura de consumo» fue presentado originalmente en la Conference on Everyday Life, Leisure and Culture, en la University of Tilburg, en diciembre de 1985. Apareció en Ernst Meijer (comp.), *Everyday Life: Leisure and Culture*, Tilburg, 1987, y en *Theory, Culture & Society*, 4(1), 1987.
7. «Culturas urbanas y estilos de vida posmodernos» fue presentado en el 7th European Leisure and Recreational Association Congress on Cities for the Future, Rotterdam, en junio de 1989. Apareció en el volumen de las actas del congreso, *Cities for the Future*, compiladas por L. J. Meiresonne, La Haya: Stichting Recreatic, 1989.
8. «Cultura de consumo y desorden global» fue presentado en la Conference on Religion and the Quest for Global Order, Saint Martin, Indias Occidentales, en octubre de

1987. Aparecerá en W. R. Garrett y R. Robertson (comps.), *Religion and the Global Order*, Nueva York: Paragon House.

9. «¿Cultura común o culturas no comunes?» se dictó por primera vez en la Higher Education Foundation Conference on the Value of Higher Education, St. Anne's College, Oxford, en marzo de 1989. Una versión revisada apareció en *Reflections on Higher Education*, 4 (dic.), 1989.

# 1. Moderno y posmoderno: definiciones e interpretaciones

Cualquier referencia al término «posmodernismo» nos expone de inmediato al riesgo de que nos acusen de seguir la corriente general, de perpetuar una moda intelectual más bien superficial e insignificante. Uno de los inconvenientes estriba en que el término al mismo tiempo está de moda y elude en forma exasperante una definición. Como lo confirma el «Modernday Dictionary of Received Ideas», «esta palabra no tiene significado. Empléesela tan a menudo como sea posible» (*Independent*, 24 de diciembre de 1987). Más de una década antes, en agosto de 1975, otro periódico anunciaba que «el posmodernismo ha muerto» y que «ahora la cosa es el pos-posmodernismo» (Palmer, 1977, pág. 364). Si el posmodernismo es una moda efímera, sus críticos dejan constancia de quiénes son los responsables de su prominencia: «los teóricos pagos de hoy, que indagan el campo desde sus librescos estudios en escuelas politécnicas y universidades, están obligados a inventar movimientos porque sus carreras —lo mismo que las de los mineros y los pescadores— dependen de ello. Cuantos más sean los movimientos a los que puedan darles un nombre, más exitosas serán» (Pawley, 1986). Según otros críticos, esas estrategias no son sólo jugadas que se hacen en el seno del campo intelectual y académico: son indicadores y barómetros bien claros del «malestar existente en el corazón de la cultura contemporánea». Por eso «no es difícil comprender esa corriente cultural y estética hoy conocida como "posmodernismo" —en el arte, la arquitectura, la música, el cine, el teatro y la ficción— como reflejo de (. . .) la actual oleada de reacción política que anega al mundo occidental» (Gott, 1986). Pero es demasiado fácil ver al posmodernismo como un reflejo reaccionario y mecánico de cambios sociales y censurar a académicos e intelectuales por acuñar el término como parte de sus juegos de distinciones. Aun cuando algunos críticos periodísticos y

paraintelectuales emplean el término de manera cínica o despectiva, al hacerlo confirman que el posmodernismo tiene atractivo suficiente para interesar a una vasta audiencia de clase media. Son pocos los términos académicos recientes que pueden pretender haber gozado de tal popularidad. Sin embargo, no es solamente un término académico, pues ha cobrado fuerza a partir de «movimientos» artísticos, y está despertando un interés público más amplio, gracias a su capacidad de expresar algunos de los cambios culturales por los que estamos pasando en el presente.

Antes de considerar los medios de transmisión y de difusión del concepto, debemos contar con una noción más precisa de la gama de fenómenos que por lo común se incluyen en el abarcador concepto de posmodernismo. Debemos, pues, tener en cuenta el gran interés y hasta el entusiasmo que ha suscitado tanto dentro del dominio académico cuanto fuera de él, y preguntarnos por la gama de objetos, experiencias y prácticas culturales que los teóricos mencionan y etiquetan como «posmodernos», antes de que podamos decidir acerca de su estirpe política o desecharlo como una mera y efímera oscilación del péndulo.

Es sorprendente, ante todo, el amplio conjunto de campos artísticos, intelectuales y académicos en que se ha empleado el término «posmodernismo». Tenemos música (Cage, Stockhausen, Briers, Holloway, Tredici, Laurie Anderson); arte (Rauschenberg, Baselitz, Mach, Schnabel, Kiefer; algunos agregarían a Warhol y el arte pop de la década de 1960, y otros, a Bacon); ficción (*Matadero Cinco*, de Vonnegut, y las novelas de Barth, Barthelme, Pynchon, Burroughs, Ballard, Doctorow); cine (*Cuerpos ardientes [Body Heat], La boda [The Wedding], Terciopelo azul [Blue Velvet], Un extraño en Wetherby [Wetherby]*);* teatro (el teatro de Artaud); fotografía (Sherman, Levine, Prince); arquitectura (Jencks, Venturi, Bolin); teoría y crítica literarias (Spanos, Hassan, Sontag, Fiedler); filosofía (Lyotard, Derrida, Baudrillard, Vattimo, Rorty); antropología (Clifford, Tyler, Marcus); sociología (Denzin); geografía (Soja). A algunos sin duda les llamará la atención, por polémicos, los nombres mismos de los incluidos en la lista o los excluidos de ella. Para

* Los títulos de las películas corresponden a como se conocieron en la Argentina; entre corchetes, el título original. (*N. del T.*)

tomar el ejemplo de la ficción, algunos, como señala Linda Hutcheon (1984, pág. 2), quisieran incluir las novelas de García Márquez y hasta de Cervantes bajo el encabezamiento de posmodernismo, y otros preferirían referirse a ellas como neobarrocas o barrocas. Scott Lash querría considerar el dadaísmo como un posmodernismo *avant la lettre* (Lash, 1988). Están los que trabajan y escriben sin saber de la existencia del término, y otros que procuran tematizarlo y promoverlo activamente. Con todo, puede sostenerse que una de las funciones del interés por el posmodernismo por parte de críticos, paraintelectuales, intermediarios culturales y académicos, ha sido la de difundir el término a audiencias más vastas en diferentes contextos nacionales e internacionales (este es uno de los sentidos en que puede hablarse de una globalización de la cultura), y la de acelerar su intercambio y circulación entre los diversos campos de los ámbitos académicos y artísticos, que ahora quieren y deben prestar más atención a los desarrollos que se producen entre sus vecinos. En este sentido, es posible que en su momento pueda surgir un mayor acuerdo en cuanto al significado del término, cuando los comentaristas de cada campo en particular consideren necesario recapitular y explicar la multiplicidad de su historia y sus usos, a fin de educar a nuevas audiencias académicas.

Para avanzar hacia una comprensión preliminar del significado de «posmodernismo», es útil identificar la familia de términos derivados de «lo posmoderno», y la mejor manera de hacerlo es contrastarlos con los que derivan de «lo moderno»:

| **moderno** | **posmoderno** |
|---|---|
| modernidad | posmodernidad |
| *modernité* | *postmodernité* |
| modernización | posmodernización |
| modernismo | posmodernismo |

Si «moderno» y «posmoderno» son los términos genéricos, resulta inmediatamente manifiesto que el prefijo «pos» alude a lo que viene después, a una quiebra o una ruptura con lo moderno, lo cual se define por contradistinción respecto de él. Sin embargo, el término «posmodernismo» se basa con

más fuerza en una negación de lo moderno, en la percepción de un abandono, una ruptura o un apartamiento de los rasgos definitorios de lo moderno, con el acento firmemente puesto en el sentido del alejamiento relacional. Ello haría de lo posmoderno un término relativamente mal definido, en la medida en que estamos sólo en el umbral del supuesto cambio, y no en una posición que permita contemplar lo posmoderno como una positividad plenamente desplegada, que pueda definirse por derecho propio de manera comprensiva. Con esto en mente, podemos examinar más de cerca los pares.

## Modernidad-posmodernidad

Este par sugiere el significado epocal de los términos. Por lo general, se sostiene que la Modernidad se inició con el Renacimiento y que se la definió por referencia a la Antigüedad, como en el debate entre los antiguos y los modernos. Desde el punto de vista de la teoría sociológica alemana de fines del siglo XIX y comienzos del XX, a la que le debemos en gran parte nuestro modo de entender hoy el término, la modernidad se contrapone al orden tradicional e implica la progresiva racionalización y diferenciación económica y administrativa del mundo social (Weber, Tönnies, Simmel): procesos que dieron origen al moderno estado capitalista e industrial y que a menudo fueron considerados desde una perspectiva claramente antimoderna.

En consecuencia, hablar de posmodernidad es sugerir un cambio o una ruptura epocal con la modernidad, que conlleva la aparición de una nueva totalidad social con sus propios principios distintivos de organización. Es esta la clase de cambios que se ha identificado en los escritos de Baudrillard y Lyotard y, hasta cierto punto, en los de Jameson (Kellner, 1988). Tanto Baudrillard cuanto Lyotard suponen un movimiento hacia una edad posindustrial. Baudrillard (1983*a*) subraya que las nuevas formas de tecnología y de información son fundamentales en el paso de un orden social productivo a uno reproductivo, en el que los simulacros y los modelos constituyen, cada vez más, el mundo, borrándose de ese modo la distinción entre lo real y lo aparente.

Lyotard (1984) habla de la sociedad posmoderna, o de la edad posmoderna, fundamentada en el paso a un orden posindustrial. Sus intereses específicos recaen en los efectos de la «computarización de la sociedad» sobre el conocimiento, y sostiene que no debería lamentarse la pérdida de significado producida en la posmodernidad, en la medida en que apunta a la sustitución del conocimiento narrativo por una pluralidad de juegos del lenguaje, y del universalismo por el localismo. Con todo, Lyotard, lo mismo que muchos de los usuarios de esta familia de términos, suele cambiar de registro al pasar de uno de ellos al siguiente y variar los empleos, prefiriendo subrayar, más recientemente, que lo posmoderno debe ser considerado parte de lo moderno. Por ejemplo, en «Rules and Paradoxes or Svelte Appendix» escribe: «probablemente, el término "posmoderno" es muy malo, porque transmite la idea de una "periodización" histórica. La "periodización", sin embargo, sigue siendo un ideal "clásico" o "moderno". "Posmoderno" indica simplemente un estado de ánimo o, mejor dicho, un estado mental» (Lyotard, 1986-1987, pág. 209). El otro punto que es interesante señalar a propósito del uso que Lyotard hace de «posmodernidad» en *The Postmodern Condition* es que cuando habla de los cambios del conocimiento que acompañan el paso a la sociedad posindustrial sigue concibiéndolos como ocurridos dentro del capitalismo, lo cual da mayor peso al argumento de los críticos en el sentido de que en su obra ese pasaje está insuficientemente teorizado (véase Kellner, 1988). Aunque el pasaje se supone en determinados momentos, es más sencillo evitar las acusaciones de presentar una gran exposición narrativa de la transición a la posmodernidad y del eclipse de los grandes relatos insistiendo en la noción más difusa de «estado de ánimo» o de «estado mental». Fredric Jameson (1984*a*) tiene un concepto periodizador más definido de lo posmoderno, pero es renuente a concebirlo como un cambio epocal; el posmodernismo es, antes bien, la dominante o lógica cultural del tercer gran estadio del capitalismo, el capitalismo tardío, que nace en la era posterior a la Segunda Guerra Mundial.

La invocación que Lyotard hace de un estado de ánimo o un estado mental posmoderno nos remite a un segundo significado de modernidad-posmodernidad. El uso francés de *modernité* apunta a la experiencia de la modernidad, en la

que esta es vista como una cualidad de la vida moderna que induce una idea de la discontinuidad del tiempo, la ruptura con la tradición, la sensación de novedad y la sensibilidad hacia la naturaleza efímera, huidiza y contingente del presente (véase Frisby, 1985*a*). Ese es el sentido de ser moderno asociado a Baudelaire, que, como sostiene Foucault (1986, pág. 40), conlleva una heroización irónica del presente: el hombre moderno es el hombre que constantemente intenta inventarse a sí mismo. Es ese intento por comprender la experiencia de la vida en los nuevos espacios urbanos y en la incipiente cultura de consumo, desarrollado en la segunda mitad del siglo XIX, el que da impulso a las teorías de la vida cotidiana moderna en la obra de Simmel, Kracauer y Benjamin que David Frisby (1985*b*) examina en su *Fragments of Modernity*. La experiencia de la modernidad constituye también el tema del libro de Marshall Berman (1982) *All that is Solid Melts into Air*, en el que el autor considera las visiones y las expresiones lingüísticas que acompañan el proceso de modernización que él engloba bajo el término «modernismo». Berman analiza la sensibilidad moderna que se manifiesta en una amplia gama de figuras literarias e intelectuales que van desde Rousseau y Goethe en el siglo XVIII hasta Marx, Baudelaire, Pushkin y Dostoievski en el XIX.

Además del confuso empleo de «modernismo» para abarcar con él la totalidad de la experiencia y la cultura que acompañaron el proceso de modernización, Berman y muchos otros que intentan hoy definir la correspondiente experiencia de la posmodernidad, se centran en una noción particularmente restringida de la experiencia: la que se presenta en las fuentes literarias y es llamada así por los intelectuales. Pero tenemos que formular una objeción sociológica contra los títulos de los intelectuales literarios para interpretar la cotidianidad u ofrecer testimonios de la vida cotidiana de la gente común. Desde ya, algunos intelectuales pueden haber expresado bien la experiencia de los choques y las sacudidas de la modernidad. Pero tenemos que pasar de la modernidad o la posmodernidad como una experiencia subjetiva (más o menos restringida) a esbozar las prácticas y actividades reales que se desarrollan en la vida cotidiana de diversos grupos. Por cierto, las descripciones de la experiencia subjetiva pueden tener sentido dentro de las

prácticas intelectuales y de algunos aspectos de las prácticas de determinadas audiencias que han sido educadas para interpretar esas formas de sensibilidad, pero el supuesto de que pueden tenerse pretensiones más amplias requiere de una cuidadosa justificación.

Para tomar un ejemplo de la pretendida experiencia de la posmodernidad (o *postmodernité*), podemos remitirnos a la exposición de Jameson (1984*a*) acerca del Bonaventura Hotel de Los Angeles. Jameson presenta una cautivante interpretación de la experiencia del nuevo hiperespacio de la arquitectura posmoderna, la cual, según sostiene, nos obliga a ampliar nuestro sistema sensorial y nuestro cuerpo. Pero nos hacemos una idea muy escasa del modo en que realmente experimentan el hotel individuos de distinta formación, o, más aún, del modo en que incorporan la experiencia a sus prácticas diarias. Para interpretarla como posmoderna, acaso necesiten de lineamientos que les permitan comprender cosas en las cuales pueden no reparar del todo o que ven a través de códigos inadecuados. Por eso, si queremos comprender la generación e interpretación sociales de la experiencia de la posmodernidad, debemos hacer lugar al papel de los empresarios e intermediarios intelectuales interesados en crear pedagogías posmodernas para educar a diversos públicos. Lo mismo puede decirse de otros dos aspectos de la cultura posmoderna que Jameson identifica: la transformación de la realidad en imágenes y la fragmentación del tiempo en una serie de presentes perpetuos. Podemos considerar aquí un ejemplo que abarca los dos rasgos: los medios, que propenden a ocupar un lugar central en muchos análisis de la sensibilidad posmoderna (basta pensar, por ejemplo, en el mundo de los simulacros de Baudrillard, donde «la televisión es el mundo»). Con todo, pese al presunto pluralismo y la sensibilidad hacia el Otro de que hablan algunos teóricos, se encuentran pocos análisis de la experiencia y la práctica reales de diferentes grupos que ven televisión en ambientes diferentes. Al contrario, los teóricos de lo posmoderno suelen hablar de un tipo ideal de espectador de MTV (*music television*) que salta de un canal a otro lanzado a través de diferentes imágenes a tanta velocidad que no es capaz de encadenar los significantes y reunirlos en una narración con sentido, complaciéndose meramente en las intensidades y sensaciones multifrénicas de la super-

ficie de las imágenes. Es notoria la falta de pruebas acerca del alcance de tales prácticas y de la manera en que se asimilan en los encuentros cotidianos entre personas concretas o influyen sobre ellos. Así, pues, si bien las referencias cultas a las experiencias características de la posmodernidad son importantes, debemos trabajar a partir de datos más sistemáticos y no apoyarnos en lecturas hechas por intelectuales. En realidad, deberíamos centrarnos en las prácticas culturales reales y los cambiantes equilibrios de poder de los grupos embarcados en la producción, la clasificación, la circulación y el consumo de bienes culturales posmodernos, cosa que será fundamental para el análisis del posmodernismo que haremos más adelante.

## Modernización-posmodernización

A primera vista, los dos términos parecen no encajar bien en medio de una discusión referente a modernidad-posmodernidad y modernismo-posmodernismo. El término «modernización» ha sido empleado regularmente en la sociología del desarrollo para aludir a los efectos del desarrollo económico en las estructuras y los valores sociales tradicionales. La teoría de la modernización también se utiliza para referirse a los estadios del desarrollo social basados en la industrialización, el incremento de la ciencia y la tecnología, el Estado nación moderno, el mercado capitalista mundial, la urbanización y otros aspectos relacionados con la infraestructura. (En este uso, el término tiene marcadas afinidades con el primero de los sentidos de «modernidad» antes examinados.) En general se supone, sobre la base de un modelo poco definido de base y superestructura, que del proceso de modernización derivarán determinados cambios culturales (la secularización y la aparición de una identidad moderna que se centra en el autodesarrollo). En cuanto a la posmodernización, es claro que aún no se ha elaborado teóricamente en forma detallada la correspondiente delimitación de los procesos sociales y cambios institucionales específicos. Sólo contamos con la posibilidad de deducir el término de los usos de «posmodernidad» que aluden a un nuevo orden social y al cambio epocal antes mencionado. Por ejem-

plo, la descripción que Baudrillard (1983*a*) hace de un mundo de simulacros posmoderno se basa en el supuesto de que el desarrollo de la producción de mercancías, unida a la tecnología de la información, ha llevado al «triunfo de la cultura significante», la cual invierte entonces la dirección del determinismo, de modo que las relaciones sociales se saturan de signos culturales cambiantes, al punto de que no se puede ya hablar de clase o de normatividad, y nos enfrentamos al «fin de lo social». Sin embargo, Baudrillard no emplea el término «posmodernización».

Con todo, el término tiene el mérito de sugerir un proceso con grados de implementación, en lugar de un nuevo orden o totalidad social plenamente maduro. Un contexto significativo del empleo del término «posmodernización» es el campo de los estudios urbanos, pudiéndose aludir aquí a los trabajos de Philip Cooke (1988) y Sharon Zukin (1988*a*). Según Cooke, la posmodernización es una ideología y un conjunto de prácticas con efectos espaciales, que han sido notorios en la economía británica desde 1976. También Zukin prefiere emplear «posmodernización» para centrarse en la reestructuración de las relaciones socioespaciales de acuerdo con nuevas pautas de inversión y de producción en la industria, los servicios, los mercados laborales y las telecomunicaciones. Sin embargo, aunque Zukin ve la posmodernización como un proceso dinámico comparable a la modernización, tanto esta autora como Cooke son reacios a considerarla orientada hacia un nuevo estadio de la sociedad, porque ambos entienden que se desarrolla dentro del capitalismo. Esto tiene el mérito de centrarse en procesos de producción y de consumo y en la dimensión espacial de determinadas prácticas culturales (la remodelación de zonas céntricas y costaneras, el desarrollo de centros urbanos artísticos y culturales, y la mejora de la clase y la jerarquía de los servicios) que los acompañan.

## Modernismo-posmodernismo

Lo mismo que en el caso del par modernidad-posmodernidad, nos hallamos otra vez ante una gama de significados. Lo que todos tienen en común es el lugar central que en

ellos ocupa la cultura. En su sentido más restringido, el modernismo alude a los estilos que asociamos a los movimientos artísticos que se iniciaron alrededor del cambio de siglo y que hasta hace poco dominaron en las distintas artes. Entre las figuras que se citan con frecuencia están Joyce, Yeats, Gide, Proust, Rilke, Kafka, Mann, Musil, Lawrence y Faulkner en literatura; Rilke, Pound, Eliot, Lorca, Valéry en poesía; Strindberg y Pirandello en teatro; Matisse, Picasso, Braque, Cézanne y los movimientos futurista, expresionista, dadaísta y surrealista en pintura; Stravinsky, Schoenberg y Berg en música (véase Bradbury y McFarlane, 1976). Se discute muchísimo acerca de cuál es el momento del siglo XIX al que debe remontarse el modernismo (algunos están dispuestos a retroceder hasta la vanguardia bohemia de la década de 1830). Los rasgos fundamentales del modernismo pueden resumirse en la siguiente forma: autoconciencia y reflexividad estéticas; rechazo de la estructura narrativa en favor de la simultaneidad y el montaje; exploración de la naturaleza paradójica, ambigua, indeterminada e incierta de la realidad; y rechazo de la idea de una personalidad integrada en favor del énfasis en el sujeto desestructurado y deshumanizado (véase Lunn, 1985, pág. 34 y sigs.). Uno de los problemas que se plantean al tratar de comprender el posmodernismo en las artes reside en que muchos de esos rasgos encajan en diversas definiciones del posmodernismo. El problema que presenta el término, lo mismo que los otros términos relacionados con él que hemos considerado, gira en torno de la siguiente cuestión: ¿cuándo un término definido por oposición a otro ya establecido, y del que se nutre, comienza a significar una cosa sustancialmente distinta?

De acuerdo con Kohler (1977) y Hassan (1985), el término «posmodernismo» fue empleado por primera vez por Federico de Onís en la década de 1930 para aludir a una reacción menor al modernismo. El término se popularizó en Nueva York en la década de 1960 cuando fue empleado por artistas, escritores y críticos jóvenes, tales como Rauschenberg, Cage, Burroughs, Barthelme, Fiedler, Hassan y Sontag, para aludir a un movimiento que iba más allá del alto modernismo «exhausto», al que se rechazaba a causa de su institucionalización en el museo y en la academia. Su uso se extendió a la arquitectura, las artes visuales y actorales y la

música en las décadas de 1970 y 1980, y pronto empezó a circular entre Europa y los Estados Unidos, a medida que la búsqueda de explicaciones y de justificaciones teóricas del posmodernismo artístico pasaba a incluir discusiones más amplias acerca de la posmodernidad y llegaba a teóricos tales como Bell, Kristeva, Lyotard, Vattimo, Derrida, Foucault, Habermas, Baudrillard y Jameson (véase Huyssen, 1984), y despertaba su interés. Entre los principales rasgos ligados al posmodernismo en las artes están: la eliminación de la frontera entre el arte y la vida cotidiana; el derrumbe de la distinción jerárquica entre la cultura elevada y la cultura popular o de masas; una promiscuidad estilística que propicia el eclecticismo y la mezcla de códigos; la parodia, el *pastiche*, la ironía, el carácter lúdico y la celebración de la superficie «sin profundidad» de la cultura; la declinación de la originalidad o el genio del que produce arte; y el supuesto de que el arte sólo puede ser repetición.

Hay también un uso más lato de los términos «modernismo» y «posmodernismo» que remite a complejos culturales más amplios, a saber, el modernismo como la cultura de la modernidad y el posmodernismo como la cultura emergente de la posmodernidad. Daniel Bell (1976) adopta esta posición y entiende que el supuesto cultural fundamental de la modernidad, el ideal de un individuo autónomo y libre, da origen al empresario burgués en el dominio económico y a la búsqueda artística del yo sin trabas (que halla su expresión en el modernismo) en el dominio cultural. Para Bell, el modernismo es una fuerza corrosiva, liberadora de una cultura antagónica que, unida a la cultura hedonista del consumo masivo, subvierte los valores burgueses tradicionales y la ética puritana. El análisis de Bell se basa en la idea de la disyunción de tres dominios: la organización política, la cultura y la economía, de modo que carece de sentido buscar en su obra un modelo de base-superestructura en el que un cambio en el orden económico o socioeconómico, tal como el paso a la sociedad posindustrial, dé lugar a una nueva cultura del posmodernismo. Antes bien, se ve en el posmodernismo una intensificación de las tendencias antinómicas del modernismo, en que el deseo, lo instintivo y el placer se desatan para llevar la lógica del modernismo a sus consecuencias más extremas, exacerbando las tensiones estructurales de la sociedad y la disyunción de los dominios (Bell,

1980). También Jameson (1984*a*) emplea el término «posmodernismo» para aludir a la cultura en el sentido más amplio, y habla del posmodernismo como lógica o dominante cultural que conduce a la transformación de la esfera cultural de la sociedad contemporánea. Si bien Jameson se manifiesta un tanto renuente a adoptar la idea de la periodización, que supone un cambio y una transformación súbitos de todos los aspectos de la cultura, sigue a Mandel (1975) y vincula la etapa del modernismo con el capitalismo monopólico y la del posmodernismo con el capitalismo tardío posterior a la Segunda Guerra Mundial, lo cual sugiere que apela a una variedad del modelo de base y superestructura. Con todo, también sigue en parte las huellas de Baudrillard, a quien no menciona, y sostiene que el posmodernismo se basa en el papel central de la reproducción en la «red global descentrada» del actual capitalismo multinacional, que conduce a una «prodigiosa expansión de la cultura a través de todo el dominio social, al punto de que es posible decir que, en nuestra vida social, todo (. . .) se ha vuelto "cultural"» (Jameson, 1984*a*, págs. 85-7).

Hay que mencionar un aspecto más de la obra de Bell y de Jameson antes de considerar el uso del posmodernismo como clave de cambios culturales fundamentales, así como de la posible ampliación de la significación de la cultura en las sociedades occidentales contemporáneas. John O'Neill (1988) ha sostenido que tanto Bell cuanto Jameson expresan una reacción nostálgica al posmodernismo y que están unidos en su oposición a este por su «voluntad de orden», su deseo de renovar el amenazado vínculo social a través de la religión (Bell) o de la utopía marxista (Jameson). Los dos tienen el mérito o el defecto —depende de dónde nos ubiquemos— de querer totalizar: describir el posmodernismo en sus distintos grados de conexión o separación respecto del orden social contemporáneo. También quieren juzgarlo como negativo: sienten disgusto por él, reacción que no ha pasado inadvertida entre los críticos que saludan la llegada del lúdico y pluralista espíritu «democrático» del posmodernismo, y tienden a ver en Jameson (y, por asociación, en Bell) el lamento nostálgico por la pérdida de la autoridad de la aristocracia intelectual sobre la población (véanse Hutcheon, 1986-1987; During, 1987).

Para quienes celebran la llegada del posmodernismo como un modo de análisis crítico que abre la puerta a las ironías, la intertextualidad y las paradojas, los intentos por idear una teoría de la sociedad posmoderna o posmodernidad, o por definir el papel del posmodernismo en el seno del orden social, son esfuerzos esencialmente defectuosos de totalización o sistematización. Se trata, en realidad, de grandes narraciones autoritarias que se prestan a una deconstrucción lúdica. Los críticos están prontos a observar, por ejemplo, esta aparente inconsistencia en *The Postmodern Condition*, de Lyotard. Kellner (1988), por ejemplo, sostiene que la propia noción de posmodernidad de Lyotard contiene una narración dominante, y sin ella no podemos tener una teoría de lo posmoderno. Cabe añadir que recientemente Lyotard (1988) ha subrayado la necesidad de abandonar la mala interpretación de su libro como un ejemplo de razón totalizadora. Para quienes toman en serio las implicancias del posmodernismo como modo de teorización crítica o de análisis cultural, los intentos de elaborar una comprensión sociológica necesariamente tienen que fracasar, pues no pueden eludir las totalizaciones, las sistematizaciones y la legitimación a través de las grandes e imperfectas narraciones de la modernidad: la ciencia, el humanismo, el marxismo, el feminismo, etc. Hay que abandonar la síntesis sociológica y reemplazarla por la deconstrucción lúdica y el privilegio del modo estético. Una sociología posmoderna así concebida renunciaría a sus ambiciones de ciencia social generalizadora y, en su lugar, desharía parasitariamente las ironías, las incoherencias, las inconsistencias y la intertextualidad de los escritos sociológicos. Desde ya, hay lecciones que pueden aprenderse de una sociología posmoderna: esta centra la atención en la manera en que se construyen las teorías, sus supuestos ocultos, y cuestiona la autoridad del teórico para hablar por «el Otro», el cual, como empiezan a comprobarlo muchos investigadores, suele discutir hoy activamente la explicación y la autoridad del teórico académico. Pero para intentar comprender la emergencia del posmodernismo y los cambios que se producen en la cultura de las sociedades occidentales contemporáneas debemos trascender las falsas oposiciones de fundacionalismo y relativismo, de una epistemología única y una ontología plural, e investigar los procesos sociales y culturales específicos y la

dinámica de producción de reservas de conocimiento particulares. En sustancia, tenemos que hacer a un lado los atractivos de una sociología posmoderna y procurar una explicación sociológica del posmodernismo (véase el capítulo 3).

Ajustarse a un enfoque así supondría centrarse en la interrelación entre tres aspectos o significados de la cultura del posmodernismo. En primer lugar, podemos considerar el posmodernismo en las artes y en los campos académico e intelectual. Para ello podría sernos provechoso recurrir al enfoque de campo de Bourdieu (1971, 1979) y centrarnos en la economía de los bienes simbólicos: las condiciones de la oferta y la demanda de esos bienes, los procesos de competencia y de monopolización, y las luchas entre los establecidos y los marginales. Por ejemplo, podemos dirigir la atención al acto de *dar una denominación* como estrategia importante de grupos trabados en lucha con otros grupos; el empleo de nuevos términos por parte de grupos externos que están interesados en restar estabilidad a las jerarquías simbólicas existentes para producir una nueva clasificación del campo que armonice más con sus intereses; las condiciones que derriban las barreras entre subcampos de las artes y las materias académicas; las condiciones que dictan cambios en la demanda de determinados tipos de bienes culturales por parte de organismos oficiales, consumidores, audiencias y públicos.

El tratamiento apropiado de esas áreas —en realidad, la conceptualización apropiada de todas las áreas que se acaban de mencionar— nos sacaría del análisis específico de campos artísticos e intelectuales particulares y de su interrelación. En este punto, sería necesario considerar el posmodernismo en términos de un segundo «nivel» de cultura, lo que suele llamarse la «esfera cultural», y considerar los medios de transmisión y de circulación hacia las audiencias y los públicos, y el efecto retroalimentador de la respuesta de estos que suscita un mayor interés entre los intelectuales. Para centrarse en esta segunda área, debemos considerar a los artistas, intelectuales y académicos como especialistas en producción simbólica, y evaluar su relación con otros especialistas de lo simbólico en los medios de comunicación, y con quienes se dedican a la cultura de consumo, la cultura popular y las ocupaciones relacionadas con la

moda. Debemos concentrarnos aquí en la aparición de lo que Bourdieu (1984) llama los «nuevos intermediarios culturales», que hacen circular rápidamente información entre áreas de la cultura antes cerradas, y el surgimiento de nuevos canales de comunicación en condiciones de acentuada competencia (Crane, 1987). También hay que considerar la competencia, los cambiantes equilibrios de poder y las interdependencias entre los especialistas en producción simbólica y los especialistas económicos (cf. Elias, 1987*b*) en condiciones de crecimiento del potencial de poder del primero de esos grupos como productor y consumidor, que acompaña el desarrollo de la educación masiva y superior en las naciones occidentales durante la era de la posguerra. Debemos examinar algunos de los procesos de desmonopolización y de desjerarquización de enclaves culturales antes establecidos y legitimados, que han suscitado una etapa de desclasificación cultural en el mundo occidental (DiMaggio, 1987). Por último, además de considerar esos cambios en un nivel intrasocietal, también es preciso evaluar los procesos de acentuación de la competencia en un nivel intersocietal, que hace que el equilibrio de poder vaya en desmedro de los intelectuales y artistas occidentales y de su derecho a hablar en nombre de la humanidad, así como la aparición de auténticas cuestiones culturales globales en virtud de lo que Roland Robertson (1990) ha llamado «globalización». Esos procesos apuntan a cambios dentro de la esfera cultural más general, que merecen ser investigados por propio derecho; procesos a los que, puede decirse, el posmodernismo ha hecho que nos volviéramos sensibles.

Con todo, el concepto de posmodernismo no es meramente un signo vacío que artistas, intelectuales y académicos pueden manipular como parte de las luchas de poder y de las relaciones de interdependencia dentro de sus campos específicos. Parte de su atractivo reside en que remite a los cambios antes señalados y pretende, además, echar luz sobre cambios en las experiencias cotidianas y en las prácticas culturales de grupos más amplios de la sociedad. Es aquí donde las pruebas son más débiles y la posibilidad de poner, sencillamente, la nueva etiqueta de posmodernas a experiencias a las que anteriormente se les asignaba poca importancia es más manifiesta. Es aquí donde nos enfrentamos con el problema de dar con una definición apropiada del

posmodernismo y donde vemos multiplicarse una enorme e indeterminada confusión conceptual con las nociones de «pérdida del sentido del pasado histórico», «cultura esquizoide», «cultura excremental», «reemplazo de la realidad por imágenes», «simulacros», «significantes sin encadenamiento», etc. Scott Lash (1988) se ha esforzado por aportar una definición más rigurosa del posmodernismo, por la que este incluye la desdiferenciación y lo figural, considerados fundamentales en los regímenes posmodernos de significación; con todo, también aquí disponemos de escasas pruebas sistemáticas sobre las prácticas cotidianas, y nos hace falta información en términos de las preguntas sociológicas tradicionales —«¿quién?», «¿cuándo?», «¿dónde?», «¿cuántos?»— si queremos dar a nuestros colegas la idea de que el posmodernismo es algo más que una moda. Pero en cierto sentido, el posmodernismo avanza a través de sus propios medios, con los cambios en la esfera cultural que antes hemos insinuado, conducentes a la formación de audiencias y de públicos nuevos interesados en él. Con el tiempo, esas audiencias y esos públicos tal vez adopten prácticas posmodernas y armonicen con las experiencias posmodernas bajo la guía de pedagogos producidos por los intermediarios y paraintelectuales culturales. Esa «retroalimentación» podría hacer que el posmodernismo se traduzca en la realidad.

En resumen, hasta ahora no existe un acuerdo general sobre el significado del término «posmoderno». Sus derivados, la familia de términos que incluye «posmodernidad», «*postmodernité*», «posmodernización» y «posmodernismo», suelen usarse de manera confusa e intercambiable. He intentado esbozar y analizar algunos de esos significados. El posmodernismo es de interés para una amplia gama de prácticas artísticas y de disciplinas de las ciencias sociales y las humanidades porque hace que prestemos atención a cambios que se producen en la cultura contemporánea. Estos pueden entenderse en términos de: 1) los campos artístico, intelectual y académico (cambios en la forma de teorizar, presentar y difundir la obra, que no pueden separarse de los cambios que se producen en luchas competitivas específicas libradas en campos particulares); 2) cambios en la esfera cultural más general, que comprende los modos de producción, consumo y circulación de los bienes simbólicos, que pueden ponerse en relación con cambios más amplios en el

equilibrio de poder y las interdependencias entre grupos y fracciones de clases tanto en el nivel intersocietal cuanto intrasocietal, y 3) cambios en las prácticas y experiencias cotidianas de distintos grupos, los cuales, como resultado de algunos de los procesos antes mencionados, posiblemente empleen los regímenes de significación de diferentes maneras y desarrollen nuevos medios de orientación y estructuras de identidad. Es manifiesto que en los últimos años hemos sido testigos de un ascenso brusco y rápido del interés por el tema de la cultura. La cultura, que en otros momentos se hallaba en la periferia de las disciplinas de las ciencias sociales, sobre todo en la sociología, se mueve hoy cada vez más hacia el centro del campo, y están cayendo algunas de las barreras que separaban a las ciencias sociales de las humanidades (Featherstone, 1988). Podemos comprender ese hecho en términos de dos procesos que deben interrelacionarse: primero, la forma en que la cultura, dentro del arsenal de conceptos de las ciencias sociales, ha pasado, de ser algo esencialmente explicable en términos de otros factores, a intervenir en cuestiones metaculturales más generales concernientes al apuntalamiento cultural, o codificación cultural «profunda», de lo social (véase Robertson, 1988); segundo, la forma en que la cultura de las sociedades occidentales contemporáneas parece estar sufriendo una serie de transformaciones fundamentales que hay que investigar en términos de procesos intrasocietales, intersocietales y globales. Debería resultar evidente que este es uno de los motivos del surgimiento del interés por el posmodernismo, y una razón más por la que, como teóricos e investigadores culturales, debemos interesarnos en él.

# 2. Teorías de la cultura de consumo

En este capítulo se caracterizan tres de las principales perspectivas acerca de la cultura de consumo. En primer lugar, la visión de que esta se asienta en la expansión de la producción capitalista de mercancías, que ha dado lugar a una vasta acumulación de cultura material en la forma de bienes de consumo y de lugares de compra y de consumo. A consecuencia de ello, las actividades de ocio y consumo tienen cada vez más prominencia en las sociedades occidentales contemporáneas, lo cual, aunque saludado por algunos como conducente a un mayor igualitarismo y libertad individual, acrecienta, según otros, la capacidad de manipular ideológicamente a la población y de apartarla, mediante la «seducción», de algún conjunto alternativo de «mejores» relaciones sociales. Segundo, la visión, más estrictamente sociológica, según la cual la satisfacción obtenida con los bienes se relaciona con el acceso socialmente estructurado a ellos, en un juego de «suma cero», en el que la satisfacción y el status dependen de la exhibición y el mantenimiento de las diferencias en condiciones de inflación. La atención se centra, en este caso, en las variadas formas en que las personas emplean los bienes a fin de crear vínculos o distinciones sociales. Tercero, la cuestión de los placeres emocionales del consumo, los sueños y deseos celebrados en la imaginería de la cultura consumista y en determinados lugares de consumo, que suscitan de distintas maneras una excitación corporal directa y placeres estéticos.

Sostengo en este capítulo que es importante centrarse en la cuestión de la creciente prominencia de la *cultura* de consumo, y no considerar meramente el consumo como derivado no problemático de la producción. Por tanto, la actual fase de exceso de oferta de bienes simbólicos en las sociedades occidentales contemporáneas y las tendencias al desorden y la desclasificación culturales (que algunos etiquetan de

«posmodernismo») están colocando en el primer plano las cuestiones culturales, y tienen vastas consecuencias para la forma en que conceptualicemos la relación entre la cultura, la economía y la sociedad. Eso ha motivado también un creciente interés en la conceptualización de cuestiones relacionadas con el deseo y el placer, con las satisfacciones emocionales y estéticas derivadas de las experiencia de consumo, en términos que no son meramente los de alguna lógica de la manipulación psicológica. Más bien, la sociología debería procurar ir más allá de la valoración negativa de los placeres del consumo heredada de la teoría de la cultura de masas. Tendríamos que esforzarnos por dar cuenta de esas tendencias emergentes de una manera sociológica más desapegada, que no debería implicar meramente la celebración populista antagónica de los placeres masivos y el desorden cultural.

## La producción de consumo

Mientras que desde el punto de vista de la economía clásica el objeto de toda producción es el consumo y los individuos maximizan su satisfacción mediante la adquisición de bienes de una gama siempre en expansión, desde la perspectiva de algunos neomarxistas del siglo XX se considera que ese desarrollo produce mayores oportunidades para el control y la manipulación del consumo. La expansión de la producción capitalista, sobre todo después del impulso que recibió del gerenciamiento científico y del «fordismo» alrededor del cambio de siglo, necesitó, se dice, construir nuevos mercados y «educar» al público a través de la publicidad y de otros medios para que se transformara en consumidor (Ewen, 1976). Este enfoque, que se remonta a la síntesis que Lukács (1971) hizo de Marx y Weber con su teoría de la reificación, ha sido desarrollado de la manera más saliente en los trabajos de Horkheimer y Adorno (1972), Marcuse (1964) y Lefebvre (1971). Horkheimer y Adorno, por ejemplo, sostienen que la misma lógica mercantil y la misma racionalidad instrumental que se manifiestan en la esfera de la producción pueden advertirse en la esfera del consumo. En las actividades del tiempo libre, las artes y la cultura en

general, se deja ver la industria cultural; al sucumbir los fines y los valores más elevados de la cultura a la lógica del proceso de producción y del mercado, la recepción pasa a estar dictada por el valor de cambio. Las formas tradicionales de asociación, en la familia y en la vida privada, lo mismo que la promesa de felicidad y de plenitud y el «anhelo de ser completamente distinto» por los que se afanaron los mejores productos de la alta cultura, se rinden ante una masa atomizada, manipulada, que participa en una cultura sustitutiva de la mercancía de producción masiva, que apunta al mínimo común denominador.

Desde esta perspectiva podría sostenerse, por ejemplo, que la acumulación de bienes ha acarreado el triunfo del valor de cambio, y que se torna posible un cálculo racional instrumental de todos los aspectos de la vida, por el que todas las diferencias esenciales, las tradiciones y las cualidades culturales se transforman en cantidades. Pero si bien este empleo de la lógica del capital puede dar cuenta de la paulatina calculabilidad y destrucción de los residuos de la cultura tradicional y de la alta cultura —en el sentido de que la lógica de la modernización capitalista es tal que «todo lo sólido se desvanece en el aire»—, existe el problema de la «nueva» cultura, la cultura de la modernidad capitalista. ¿Ha de ser meramente una cultura del valor de cambio y del cálculo racional instrumental: algo que podría caracterizarse como una «no-cultura» o una «poscultura»?[1] Esta es una de las tendencias de la obra de la Escuela de Francfort; pero hay otra. Adorno, por ejemplo, señala que cuando el predominio del valor de cambio ha logrado suprimir el recuerdo del valor de uso originario de los bienes, la mercancía queda en condiciones de adquirir un valor de uso sucedáneo o secundario (Rose, 1978, pág. 25). De ahí que las mercancías puedan recoger una amplia gama de asociaciones e ilusiones culturales. La publicidad, en particular, es capaz de explo-

[1] Este enfoque, que tiene una larga historia en la sociología alemana, pone de manifiesto el rechazo de la *Gesellschaft* racionalizada y la nostalgia por la *Gemeinschaft* (véanse Liebersohn, 1988; B. S. Turner, 1987; Stauth y Turner, 1988). Se lo ha sostenido también en la teoría crítica hasta la obra de Habermas (1984, 1987), con su distinción entre sistema y mundo vivido, en que los imperativos de la mercantilización y la racionalización instrumental del sistema técnico, económico y administrativo amenazan las acciones comunicativas irrestrictas del mundo vivido y empobrecen así la esfera cultural.

tar este fenómeno y asociar imágenes de romanticismo, exotismo, deseo, belleza, plenitud, comunalidad, progreso científico y de la vida buena a bienes de consumo mundanos tales como jabones, máquinas de lavar, automóviles y bebidas alcohólicas.

Puede hallarse una insistencia parecida en la implacable lógica de la mercancía en la obra de Jean Baudrillard, que también se basa en la teoría de la mercantilización de Lukács (1971) y de Lefebvre (1971) para llegar a conclusiones similares a las de Adorno. El principal aporte adicional de la teoría de Baudrillard (1970) es su recurso a la semiología para sostener que el consumo supone la activa manipulación de los signos. Este fenómeno se vuelve central en la sociedad del capitalismo tardío, donde el signo y la mercancía se han reunido para producir el «signo-mercancía». La autonomía del significante, por ejemplo la alcanzada a través de la manipulación de los signos en los medios de comunicación y la publicidad, indica que los signos son capaces de flotar liberados de los objetos y que puede disponerse de ellos para emplearlos en múltiples relaciones asociativas. El desarrollo semiológico que Baudrillard hace de la lógica de la mercancía representa, para algunos, una desviación idealista respecto de la teoría de Marx y el paso de un sesgo materialista a un sesgo cultural (Preteceille y Terrail, 1985). Esto se vuelve más notorio en los escritos posteriores de Baudrillard (1983*a*, 1983*b*), donde el acento pasa de la producción a la reproducción, la incesante reduplicación de los signos, las imágenes y los simulacros a través de medios de comunicación, que borra la distinción entre la imagen y la realidad. Por eso la sociedad de consumo se vuelve esencialmente cultural, a medida que se desregula la vida social y las relaciones sociales se hacen más variadas y no están tan estructuradas por normas estables. La superproducción de signos y la reproducción de imágenes y simulacros conducen a una pérdida del significado estable y a una estetización de la realidad en la que las masas se ven fascinadas por el inacabable flujo de yuxtaposiciones extravagantes que lleva al espectador más allá de todo sentido estable.

Esa es la «cultura sin profundidad» posmoderna de la que habla Jameson (1984*a*, 1984*b*). La concepción de Jameson de la cultura posmoderna está fuertemente influida por la obra de Baudrillard (véase Jameson, 1979). También él

ve la cultura posmoderna como la cultura de la sociedad de consumo, el estadio del capitalismo tardío posterior a la Segunda Guerra Mundial. En esa sociedad la cultura recibe una nueva significación a través de la saturación de signos y de mensajes, al punto de que «puede decirse que todo en la vida social se ha vuelto cultural» (Jameson, 1984*a*, pág. 87). Se considera asimismo que la «licuefacción de signos y de imágenes» conlleva la supresión de la distinción entre alta cultura y cultura de masas (Jameson, 1984*b*, pág. 112): la aceptación de que tienen igual validez la cultura popular del desnudismo de Las Vegas y la cultura elevada «seria». En este punto tenemos que señalar la existencia del supuesto de que la lógica inmanente de la sociedad capitalista de consumo lleva al posmodernismo. Más adelante volveremos a esta cuestión para considerar las imágenes, los deseos y la dimensión estética de la cultura de consumo.

Es claro que el enfoque de la producción de consumo tiene dificultades para abordar las prácticas y experiencias reales de consumo. La tendencia de la Escuela de Francfort a considerar que las industrias culturales producen una cultura de masas homogénea que amenaza la individualidad y la creatividad[2] ha sido criticada por su elitismo y su ineptitud para examinar procesos reales de consumo que ponen de manifiesto complejas y diferenciadas respuestas y usos de los bienes por parte de las distintas audiencias (Swingewood, 1977; Bennett *et al.*, 1977; Gellner, 1979; B. S. Turner, 1988; Stauth y Turner, 1988).

## Modos de consumo

Si es posible afirmar la acción de una «lógica del capital» que deriva de la producción, ha de ser igualmente posible afirmar una «lógica del consumo» referida a las formas socialmente estructuradas en que se usan los bienes para demarcar las relaciones sociales. Hablar del consumo de

[2] No toda la Escuela de Francfort adoptó esa posición. Lowentahl (1961) subrayaba el potencial democrático de los libros de comercialización masiva en el siglo XVIII. Swingewood (1977) ha hecho de este argumento una vigorosa crítica de la teoría de la cultura de masas.

bienes encubre inmediatamente la amplia gama de estos que se consumen o se compran cuando son cada vez más los aspectos del tiempo libre (que abarca tanto las actividades rutinarias cotidianas para la manutención cuanto el ocio) mediados por la compra de mercancías. Encubre asimismo la necesidad de diferenciar entre bienes de consumo durables (bienes que usamos en la manutención y en el ocio; por ejemplo: refrigeradoras, automóviles, equipos de música, cámaras fotográficas) y no durables (alimentos, bebidas, ropa, productos para el cuidado del cuerpo) y el cambio producido a lo largo del tiempo en la proporción de los ingresos que se gastan en cada sector (Hirschman, 1982, cap. 2; Leiss, Kline y Jhally, 1986, pág. 260). También tenemos que prestar atención a las formas en que algunos bienes pueden adoptar o perder el status de mercancías, y el diferente tiempo de vida de las mercancías cuando pasan de la producción al consumo. El alimento y las bebidas tienen por lo común una vida breve, aunque no siempre es así; por ejemplo, una botella de oporto añejo puede gozar de un prestigio y una exclusividad que implican que nunca se la consuma realmente (que nunca se abra y se beba), aunque se la puede consumir simbólicamente (contemplarla, soñar con ella, hablar acerca de ella, fotografiarla, tomarla entre las manos) de distintas maneras que producen muchísima satisfacción. Es en este sentido como podemos hablar del aspecto *doblemente* simbólico de los bienes en las sociedades occidentales contemporáneas: el simbolismo no se manifiesta sólo en el diseño y en la imaginería de los procesos de producción y comercialización; las asociaciones simbólicas de los bienes pueden utilizarse y renegociarse a fin de subrayar diferencias en el estilo de vida que distinguen relaciones sociales (Leiss, 1978, pág. 19).

En algunos casos, la finalidad de la compra puede ser ganar prestigio gracias a un alto valor de cambio (se menciona constantemente el precio de la botella de oporto), especialmente en sociedades donde la aristocracia y los antiguos ricos se han visto obligados a ceder el poder a los nuevos ricos (por ejemplo, el «consumo conspicuo» de Veblen). También cabe imaginar la situación opuesta, en la que una mercancía se ve despojada de su status de tal. Por eso los regalos y los objetos heredados pueden perder su carácter de mercancías al ser recibidos y pasar a ser, literalmente, «inapre-

ciables» (en el sentido de que es del peor gusto considerar la posibilidad de venderlos o fijarles un precio) por su aptitud para simbolizar relaciones personales intensas y su capacidad de evocar el recuerdo de personas amadas (Rochberg-Halton, 1986, pág. 176). A menudo, los objetos de arte, o los objetos producidos con finalidades rituales, y a los que por eso se les otorga una carga simbólica particular, tienden a quedar excluidos del intercambio, o no se deja que permanezcan en la condición de mercancía durante mucho tiempo. A la vez, su declarado status sagrado y la negativa a permitir su presencia en un mercado y un intercambio de mercancías considerados profanos pueden hacer, paradójicamente, que su valor ascienda. El hecho de que no sean asequibles y su condición de «inapreciables» acrecientan su precio y el deseo de obtenerlos. Por ejemplo, la descripción que Willis (1978) hace de la forma en que los *bike boys* sacralizan las grabaciones originales en 78 de Buddy Holly y de Elvis Presley, y su negativa a utilizar álbumes en que se las ha compilado y que pueden ofrecer una reproducción de más calidad, ilustra este proceso de desmercantilización de un objeto de masas.

Por eso, si bien las mercancías tienen la capacidad de derribar barreras sociales, de disolver vínculos de larga data entre personas y cosas, existe también la tendencia contraria, que suprime su carácter de mercancías para restringir, controlar y canalizar el intercambio de bienes. En algunas sociedades, los sistemas estables de status se protegen y se reproducen por medio de la limitación de las posibilidades de intercambio o de oferta de nuevos bienes. En otras sociedades hay una oferta siempre cambiante de mercancías que suscita la ilusión de que los bienes son completamente intercambiables y que el acceso a ellos es irrestricto; pero aquí se restringe el gusto legítimo, el conocimiento de los principios de clasificación, jerarquía y adecuación, como es el caso de los sistemas de la moda. Un estadio intermedio sería el de las leyes *suntuarias* que actúan como recursos para la regulación del consumo, prescriben qué grupos pueden consumir qué bienes y el uso de tipos de ropa en un contexto en el que un gran incremento repentino de la cantidad y la disponibilidad de mercancías amenaza seriamente un sistema anterior de status estable: es el caso de la Europa premoderna tardía (Appadurai, 1986, pág. 25).

En las sociedades occidentales contemporáneas, la tendencia se orienta en el sentido del segundo de los casos mencionados, con un flujo siempre cambiante de mercancías que hace más complejo el problema de leer el status o el rango de su portador. Es ese el contexto en que cobran importancia el gusto, el juicio discriminatorio, el capital de conocimientos o de cultura que habilita a grupos o a categorías particulares de personas a comprender y clasificar los nuevos bienes de manera apropiada y mostrar cómo usarlos. Podemos acudir aquí a la obra de Bourdieu (1984) y de Douglas e Isherwood (1980), quienes examinan las formas en que se emplean los bienes a fin de señalar diferencias sociales y obrar como comunicadores.

La obra de Douglas e Isherwood (1980) reviste particular importancia en este aspecto a causa de su énfasis en el modo en que se emplean los bienes para trazar las líneas de las relaciones sociales. Nuestro disfrute de los bienes, sostienen, se vincula sólo en parte con su consumo físico, pues también está decisivamente ligado con su empleo como marcadores; disfrutamos, por ejemplo, de compartir el nombre de los bienes con otros (el hincha deportivo o el conocedor de vinos). Además, el dominio que posee la persona cultural conlleva un dominio aparentemente «natural» no sólo de información (el autodidacta «memorioso»), sino también del modo de usar y de consumir de manera apropiada y con natural desenvoltura en cada situación. En este sentido, el consumo de bienes culturales elevados (arte, novelas, óperas, filosofía) debe ser puesto en relación con el modo en que se manejan y se consumen otros bienes culturales más mundanos (vestimenta, alimentos, bebidas, actividades de ocio), y la alta cultura debe inscribirse en el mismo espacio social que el consumo cultural cotidiano. En el análisis de Douglas e Isherwood (1980, pág. 176 y sigs.), las clases de consumo se definen en relación con el consumo de tres series de bienes: una serie de artículos corrientes correspondientes al sector de la producción primaria (por ejemplo, alimentos); una serie tecnológica que corresponde al sector de la producción secundaria (viajes y equipamiento de capital del consumidor), y una serie de información, que corresponde a la producción terciaria (bienes de información, educación, artes y actividades culturales y de ocio). En el extremo inferior de la estructura social, los pobres están limitados a

los artículos corrientes y disponen de más tiempo, en tanto que quienes pertenecen a la clase de máximo consumo no solamente deben contar con un nivel de ingresos más alto sino también tener competencia para juzgar los bienes y servicios de la información, a fin de que exista la necesaria retroalimentación entre el consumo y el uso, lo cual se convierte de por sí en una calificación para este último. Ello supone una inversión, a lo largo de toda la vida, de capital cultural y simbólico y de tiempo dedicado al mantenimiento de las actividades de consumo. Douglas e Isherwood (1980, pág. 180) también nos recuerdan que las comprobaciones etnográficas sugieren que la competencia para adquirir bienes en la clase con acceso a la información origina elevadas barreras de admisión y eficaces técnicas de exclusión.

La gradación, la duración y la intensidad del tiempo dedicado a la adquisición de competencias para el manejo de información, bienes y servicios, lo mismo que la práctica, la conservación y el mantenimiento cotidianos de esas competencias, son, como nos lo recuerda Halbwachs, un criterio útil de clase social. El uso que hacemos del tiempo en prácticas de consumo se ajusta a nuestro *habitus** de clase y transmite, por tanto, una idea precisa de nuestro status de clase (véase el análisis de Halbwachs en Preteceille y Terrail, 1985, pág. 23). Esto nos indica que hace falta una investigación detallada del presupuesto de tiempo (véase, por ejemplo, Gershuny y Jones, 1987). Sin embargo, dichas investigaciones rara vez incorporan o se agregan a un marco teórico que fije la atención en las pautas de inversión a lo largo de la existencia, que hacen posible esa diferenciación del uso del tiempo relacionada con la clase. Por ejemplo, las posibilidades de dar con y comprender (esto es, saber cómo disfrutar de la información o emplearla en las prácticas conversacionales) un filme de Godard, el rimero de ladrillos en la Tate Gallery, un libro de Pynchon o de Derrida reflejan diferentes inversiones de largo plazo en la adquisición de información y en capital cultural.

Con todo, Pierre Bourdieu y sus colaboradores (Bourdieu *et al.*, 1965; Bourdieu y Passeron, 1990; Bourdieu, 1984)

* Se trata del concepto elaborado por Pierre Bourdieu y puede considerarse como el capital cultural encarnado, definido como el conjunto de prácticas, conocimientos y conductas culturales aprendidos mediante la exposición a modelos de roles en la familia y otros ámbitos. (*N. del T.*)

han realizado en detalle esa investigación. Para Bourdieu (1984), «el gusto clasifica, y clasifica al clasificador». Las preferencias en materia de consumo y de estilo de vida conllevan juicios discriminatorios que al mismo tiempo identifican y tornan clasificable para otros nuestro juicio particular del gusto. Determinadas constelaciones de gusto, preferencias de consumo y prácticas de estilo de vida se asocian con sectores ocupacionales y de clase específicos, y hacen posible un relevamiento del universo del gusto y del estilo de vida con sus estructuradas oposiciones y sus distinciones finamente matizadas, que operan dentro de una sociedad en particular en un momento particular de la historia. Un factor de importancia que influye en el uso de bienes marcadores dentro de las sociedades capitalistas es que la tasa de producción de nuevos bienes indica que la lucha por obtener «bienes posicionales» (Hirsch, 1976), bienes que definen el status social en los niveles superiores de la sociedad, es relativa. La oferta constante de nuevos bienes, deseables por estar de moda, o la usurpación de los bienes marcadores existentes por parte de grupos inferiores, produce un efecto de carrera de persecución por el que los de arriba deberán invertir en nuevos bienes (de información) a fin de restablecer la distancia social originaria.

En este contexto, cobra importancia el conocimiento: el de los nuevos bienes, su valor social y cultural y su uso apropiado. Ese es en particular el caso de grupos con aspiraciones que adoptan un modo de aprendizaje con respecto al consumo y el cultivo de un estilo de vida. Para grupos como la nueva clase media, la nueva clase trabajadora y los nuevos ricos o los nuevos miembros de clases superiores, son fundamentalmente relevantes las revistas, los diarios, los libros, los programas de televisión y de radio de la cultura de consumo, que hacen hincapié en el perfeccionamiento, el desarrollo y la transformación personales, la manera de administrar la propiedad, las relaciones y la ambición, y la forma de construir un estilo de vida satisfactorio. Es en ellos donde con más frecuencia se puede hallar la conciencia de sí mismo del autodidacta preocupado por transmitir las señales apropiadas y legítimas a través de sus actividades de consumo. Ese puede ser en particular el caso de los grupos a los que Bourdieu (1984) caracteriza como «los nuevos intermediarios culturales», con ocupaciones en los medios de co-

municación, el diseño, la moda, la publicidad y la información *para*intelectual, cuyos trabajos conllevan el suministro de servicios y la producción, la comercialización y la difusión de bienes simbólicos. En condiciones de creciente oferta de bienes simbólicos (Touraine, 1985), se incrementa la demanda de especialistas e intermediarios culturales que tengan la capacidad de explorar a fondo tradiciones y culturas diversas a fin de producir nuevos bienes simbólicos y suministrar, además, las necesarias interpretaciones sobre su uso. Su *habitus*, sus disposiciones y preferencias en estilo de vida son tales que se identifican con los artistas y los intelectuales, pero en condiciones de desmonopolización de enclaves de mercancías artísticas e intelectuales, están interesados, de manera aparentemente contradictoria, en sostener el prestigio y el capital intelectual de esos enclaves, y simultáneamente popularizarlos y hacerlos más accesibles a audiencias más amplias.

Debería resultar claro que los problemas de inflación producidos por una oferta excesiva y una rápida circulación de bienes simbólicos y de mercancías de consumo conllevan el riesgo de amenazar la legibilidad de los bienes usados como signos de status social. En el contexto de la erosión de las fronteras de las sociedades estados, como parte del proceso de globalización de los mercados y la cultura, puede ser más difícil estabilizar bienes marcadores apropiados. Eso amenazaría la lógica cultural de las diferencias, en la cual se considera que el gusto por los bienes culturales y de consumo y las actividades de estilo de vida se estructuran mediante oposiciones (véase el gráfico en que se los releva en Bourdieu, 1984, págs. 128-9). Esta amenaza de desorden que se cierne sobre el campo o el sistema existiría aun cuando se aceptase la premisa, proveniente del estructuralismo, de que la propia cultura está sometida a una lógica diferencial de oposición. Identificar y establecer las oposiciones estructuradas que permiten a los grupos utilizar bienes simbólicos para establecer diferencias sería, pues, más viable en sociedades relativamente estables, cerradas e integradas, en las que se restringen las fugas y el desorden potencial proveniente de la lectura de bienes mediante códigos inapropiados. Se plantea, además, la cuestión de si hay conjuntos relativamente estables de principios y disposiciones clasificatorios, esto es, el *habitus*, que sean socialmente re-

conocibles y tengan el efecto de establecer los límites entre los grupos. Los ejemplos de desorden cultural, la abrumadora inundación de signos y de imágenes que, según sostiene Baudrillard (1983*a*), nos está empujando más allá de lo social, se toman por lo común de los medios de comunicación; y la televisión, los videos de rock y MTV («Music Television») se mencionan como ilustraciones de *pastiche*, mezcla ecléctica de códigos, yuxtaposiciones extravagantes y significantes desencadenados, que desafían el significado y la legibilidad.

Por otra parte, si se «desciende» a las prácticas cotidianas de personas concretas, unidas en redes de interdependencias y de equilibrios de poder con otras personas, puede sostenerse que subsistirá la necesidad de recoger indicios e información acerca del potencial de poder, el status y la posición social de los demás mediante la lectura del comportamiento de la otra persona. Los diferentes estilos y etiquetas de la vestimenta y los bienes de moda, por muy sometidos que estén al cambio, la imitación y la copia, son una de dichas series de indicios, que se emplean en el acto de clasificar a los otros. Pero, como nos lo recuerda Bourdieu (1984) con su concepto de «capital simbólico», los signos de las disposiciones y los esquemas clasificatorios que delatan nuestros orígenes y trayectoria vital son también manifiestos en la forma del cuerpo, la altura, el peso, la postura, la manera de caminar, el porte, el tono de voz, el estilo de habla, la sensación de comodidad o de disgusto con el propio cuerpo, etc. De ahí que la cultura se incorpore y no sea sólo cuestión de qué vestimenta se usa, sino de cómo se la usa. Los libros de consejos acerca de los modales, el gusto y la etiqueta, desde Erasmo hasta «lo *chic*» y «lo no *chic*» de Nancy Mitford, sólo inculcan a sus destinatarios la necesidad de hacer naturales las disposiciones y las maneras, de hallarse enteramente a sus anchas con ellas, como si fueran una segunda naturaleza, y ponen así de manifiesto que eso conlleva la capacidad de localizar a los impostores. En este sentido, los recién llegados, los autodidactas, inevitablemente emitirán signos sobre el peso que representan los logros y las insuficiencias de su competencia cultural. De ahí que los nuevos ricos que pueden adoptar estrategias conspicuas de consumo sean reconocibles y se les asigne su lugar en el espacio social. Sus prácticas culturales siempre corren el riesgo de que la clase

alta establecida, la aristocracia y los «ricos en capital cultural» las desprecien como vulgares o faltas de gusto.

Por consiguiente, debemos considerar las presiones que amenazan con producir sobreabundancia de bienes culturales y de consumo y relacionarlas con procesos más amplios de desclasificación cultural (DiMaggio, 1987). También tenemos que considerar las presiones que podrían producir una deformación del *habitus*, del lugar del gusto y de las opciones clasificatorias. Es posible que haya diferentes modos de identidad, y se manifiesten una formación y una deformación del *habitus* que desdibujen la significación del gusto y de la elección de estilo de vida, si no a lo largo de toda la estructura social, sí al menos dentro de ciertos sectores: por ejemplo, los jóvenes y algunas fracciones de la clase media. También tenemos que considerar que el fermento y el desorden cultural, de los que tanto se ha hablado, etiquetados a veces de «posmodernismo», pueden no ser el resultado de una ausencia total de controles, un auténtico desorden, sino meramente apuntar a un principio integrador más profundamente insertado. De ahí que pueda haber «reglas de desorden», cuya acción es la de permitir controlar más fácilmente las oscilaciones —entre el orden y el desorden, la conciencia del status y el juego del deseo y de la fantasía, el control y el descontrol emocionales, el cálculo instrumental y el hedonismo— que anteriormente amenazaban el imperativo de mantener una estructura identitaria coherente y rehusarse a las transgresiones.

## Consumo de sueños, imágenes y placer

Como observa Raymond Williams (1976, pág. 68), en uno de sus primeros usos, el término «consumir» significaba «destruir, gastar, dilapidar, agotar». En este sentido, el consumo como dilapidación, exceso y gasto representa una presencia paradójica junto al acento productivista de las sociedades capitalistas y del socialismo de Estado, presencia que debe ser controlada y canalizada de alguna manera. La noción de valor económico, en tanto ligado a la escasez, y la promesa de que la disciplina y los sacrificios requeridos por la exigencia de acumulación de los procesos de producción

llevarán, en su momento, a vencer la escasez una vez que estén satisfechos los placeres y las necesidades de los consumidores, han sido una imagen cultural y una fuerza motivadora poderosas tanto en las sociedades capitalistas cuanto en las socialistas. Al mismo tiempo, en la clase media, y particularmente entre los especialistas económicos tradicionales, hallamos la persistencia de la noción del trabajo duro y disciplinado, de la «conducta ascética e introspectiva» celebrada en el individualismo decimonónico del «propio esfuerzo» y en el thatcherismo de la segunda mitad del siglo XX. En este caso, el consumo es un auxiliar del trabajo, y conserva muchas de las orientaciones desplazadas de la producción. Se lo presenta como disciplinado, respetable y perseverante: viejos o tradicionales valores de la pequeña burguesía que se hallan incómodos al lado de las nuevas nociones pequeñoburguesas del ocio como juego creativo, exploración emocional «narcisista» y construcción de relaciones (cf. el análisis que Bell, 1976, hace de la paradoja de las modernas sociedades de consumo: ser «un puritano de día y un *playboy* de noche»). Esta fracción de la nueva clase media, los especialistas y los intermediarios culturales a la que ya nos hemos referido (que también incluye a quienes proceden de la contracultura y han sobrevivido a la década de 1960, y a quienes han recogido elementos de su imaginería cultural en contextos diferentes) representa un grupo perturbador para las antiguas virtudes pequeñoburguesas y la misión cultural del thatcherismo. La razón de ello es que esos grupos tienen la capacidad de ampliar y poner en tela de juicio las nociones de consumo dominantes, poner en circulación imágenes de este que sugieren placeres y deseos alternativos, el consumo como exceso, dilapidación y desorden.[3] Esto se produce en una sociedad en la que, como

[3] Se lo advierte en libros con títulos tales como *Objects of Desire* (Forty, 1986), *Channels of Desire* (Ewen y Ewen, 1982), *Consuming Passions* (Williamson, 1986), *Dream Worlds* (R. H. Williams, 1982). También Campbell (1987) trata con amplitud la génesis histórica del deseo de bienes de consumo. Más adelante, en el capítulo 8, se hallará una crítica de la fundamentación psicológica de ese enfoque en tanto opuesta a la sociológica. Habría que agregar que el reciente surgimiento del interés por la sociología de las emociones (véanse Denzin, 1984; Hochschild, 1983; Elias, 1987*d*; Wouters, 1989) sugeriría que finalmente nos dirigimos hacia un marco sociológico para la comprensión de las emociones.

hemos subrayado, gran parte de la producción tiene como objetivo el consumo, el ocio y los servicios, y en la que sobresale cada vez más la producción de bienes simbólicos, de imágenes y de información. Por consiguiente, es más difícil ligar los esfuerzos productivos de este grupo en expansión de especialistas e intermediarios culturales a la producción de un mensaje, particularmente estrecho, de virtudes y orden cultural pequeñoburgueses tradicionales.

Desde esta perspectiva, deberíamos prestar atención a la persistencia, los desplazamientos y la transformación de la noción de la cultura como ruina, dilapidación y exceso. De acuerdo con la noción de economía general de Bataille (1988; Millot, 1988, pág. 681 y sigs.), la producción económica no debería estar vinculada con la escasez, sino con el *exceso*. En sustancia, la meta de la producción pasa a ser la destrucción, y el problema clave es qué hacer con *la part maudite*, la parte maldita, el exceso de energía traducido en un exceso de productos y de bienes, un proceso de crecimiento que alcanza sus límites en la entropía y la anomia. Para controlar con eficacia el crecimiento y manejar el excedente, la única solución es destruir o dilapidar ese exceso en la forma de juegos, religión, arte, guerras, muerte. Lo cual se efectúa mediante regalos, *potlacht*, torneos de consumo, carnavales y consumo ostentoso. De acuerdo con Bataille, las sociedades capitalistas intentan canalizar *la part maudite* hacia un crecimiento económico pleno, la producción de crecimiento sin fin. Pero puede argüirse que en muchos niveles hay pérdidas y escapes que persisten, y que, de acuerdo con el argumento que se acaba de mencionar, el capitalismo también produce (uno está tentado de someterse a la retórica posmodernista y decir «superproduce») imágenes y lugares de consumo que respaldan los placeres del exceso. Esas imágenes y esos lugares también favorecen el oscurecimiento de los límites entre el arte y la vida cotidiana. Por eso tenemos que investigar: 1) la persistencia, dentro de la cultura de consumo, de elementos de la tradición carnavalesca preindustrial; 2) la transformación y el desplazamiento de lo carnavalesco a las imágenes mediáticas, el diseño, la publicidad, los videos de rock y el cine; 3) la persistencia y la transformación de elementos de lo carnavalesco dentro de determinados lugares de consumo: centros de vacaciones, estadios deportivos, parques temáticos, grandes tien-

das y centros comerciales, y 4) su desplazamiento e incorporación al consumo ostentoso de Estados y de corporaciones, ya sea en la forma de espectáculos de «prestigio» para públicos más amplios o para altos círculos de directivos y funcionarios privilegiados.

En contraste con las teorías —en gran parte de fines del siglo XIX— inspiradas en ideas de racionalización, mercantilización y modernización de la cultura, que manifiestan un nostálgico *Kulturpessimismus*, es importante subrayar la tradición cultural popular de transgresión, protesta, carnaval y excesos liminales (Easton *et al.*, 1988). La tradición popular de los carnavales, las ferias y las fiestas proporcionó inversiones y transgresiones simbólicas de la cultura oficial «civilizada» y favoreció la excitación, el descontrol de las emociones y los placeres corporales grotescos, directos y vulgares de la comida abundante, la ebriedad y la promiscuidad sexual (Bajtin, 1968; Stallybrass y White, 1986). Se trataba de espacios *liminales*, en que el mundo cotidiano quedaba cabeza abajo, eran posibles lo prohibido y lo fantástico, y podían expresarse sueños imposibles. Lo liminal, según Victor Turner (1969; véase también Martin, 1981, cap. 1), alude, en esas fases transicionales o iniciales esencialmente delimitadas, al acento puesto en la *antiestructura* y *la communitas*, la generación de una sensación de comunidad sin mediaciones, fusión emocional y unidad extática. Debería resultar manifiesto que esos momentos liminales esporádicos de desorden ordenado no fueron integrados del todo por el Estado o por las emergentes industrias de la cultura de consumo y los «procesos civilizatorios» de la Inglaterra de los siglos XVIII y XIX.

Para tomar el ejemplo de las ferias, podemos decir que durante mucho tiempo desempeñaron el papel doble de mercados locales y de lugares de placer. No eran solamente sitios en los que se intercambiaban mercancías; incluían la exhibición de mercancías exóticas y extrañas de diversas partes del mundo en una atmósfera festiva (véanse Stallybrass y White, 1986, y el análisis en el capítulo 5 de este libro). Lo mismo que la experiencia de la ciudad, las ferias ofrecían una imaginería espectacular, yuxtaposiciones extravagantes, confusión de límites y la inmersión en una *mêlée* de extraños sonidos, movimientos, imágenes, personas, animales y cosas. Para las personas que, especialmente en

las clases medias, estaban adquiriendo controles corporales y emocionales como parte de los procesos civilizatorios (Elias, 1978*b*, 1982), los lugares de desorden cultural tales como las ferias, la ciudad, los barrios bajos, los sitios de descanso junto al mar, se convirtieron en fuente de fascinación, anhelo y nostalgia (Mercer, 1983; Shields, 1990). En forma desplazada, ello pasó a ser un tema central del arte, la literatura y el entretenimiento popular como el *music hall* (Bailey, 1986*a*). Puede afirmarse también que las instituciones que llegaron a dominar el mercado urbano, las grandes tiendas (Chaney, 1983; R. H. Williams, 1982), más las nuevas exposiciones nacionales e internacionales (Bennett, 1988), desarrolladas ambas en la segunda mitad del siglo XIX, y otros ámbitos del siglo XX, tales como los parques temáticos (Urry, 1988), representaron sitios de desorden ordenado que, en sus exhibiciones, su imaginería, sus simulacros de lugares exóticos y espléndidos espectáculos, evocaban elementos de la tradición carnavalesca.

Para Walter Benjamin (1982*b*), las nuevas grandes tiendas y galerías, que aparecieron en París y, después, en otras grandes ciudades desde mediados del siglo XIX, eran realmente «mundos oníricos». La vasta fantasmagoría de mercancías en exhibición, constantemente renovadas como parte de la tendencia capitalista y modernista hacia las novedades, era fuente de imágenes oníricas que despertaban asociaciones e ilusiones semiolvidadas: Benjamin las caracteriza como *alegorías* pero no emplea aquí ese término para aludir a la unidad o la coherencia de un mensaje con codificación doble que está cerrado, como en las alegorías tradicionales del tipo de *Pilgrim's Progress*, sino al modo en que se disuelve un significado estable jerárquicamente ordenado, y la alegoría apunta únicamente a fragmentos calidoscópicos que se resisten a toda noción coherente de lo que ella representa (véanse Wolin, 1982; Spencer, 1985). En ese mundo estetizado de mercancías, las grandes tiendas, las galerías, los tranvías, los trenes, las calles, la red de edificios y los bienes en exhibición, lo mismo que las personas que se pasean por esos espacios, evocan sueños semiolvidados a medida que la curiosidad y la memoria del paseante se alimentan con el paisaje siempre cambiante, donde los objetos aparecen divorciados de su contexto y sometidos a misteriosas conexiones que se leen en la superficie de las cosas.

La vida cotidiana de las grandes ciudades se estetiza. Los nuevos procesos industriales brindaron la oportunidad de que el arte se introdujera en la industria, en la que se generó una expansión de los empleos en publicidad, comercialización, diseño industrial y exhibición comercial, para producir el nuevo paisaje urbano estetizado (Buck-Morss, 1983). El crecimiento de los medios de comunicación de masas en el siglo XX, con la proliferación de las imágenes fotográficas, reforzó las tendencias de las que habla Benjamin. En realidad, la incidencia de la teoría de Benjamin, no reconocida, puede advertirse en algunas de las teorizaciones del posmodernismo, tales como las de Baudrillard (1983*a*) y Jameson (1984*a*, 1984*b*). Aquí el acento recae en las contigüidades, las intensidades, la sobrecarga sensorial, la desorientación, la *mêlée* o licuefacción de signos e imágenes, la mezcla de códigos, los significantes desencadenados o flotantes de la cultura de consumo posmoderna «sin profundidad», donde el arte y la realidad han intercambiado lugares en una «alucinación estética de lo real». Es claro que no puede pretenderse que esas cualidades sean exclusivas del posmodernismo: tienen una genealogía mucho más extensa, que sugiere la existencia de relaciones de continuidades entre lo moderno y lo posmoderno, y, en realidad, lo premoderno (véanse los capítulos 4 y 5).

Hay en los escritos de Benjamin una fuerte orientación populista que por lo común se contrasta con el presunto elitismo de Horkheimer y Adorno. Benjamin subrayaba el momento utópico, o positivo, de las mercancías de consumo producidas en forma masiva, que libraba a la creatividad del arte y le permitía trasladarse a la pluralidad de objetos cotidianos producidos en masa (es evidente aquí la influencia del surrealismo en el marco teórico de Benjamin). Esta celebración del potencial estético de la cultura de masas, y de las percepciones estetizadas de las personas que se pasean por los espacios urbanos de las grandes ciudades, ha sido recogida por comentaristas que subrayan el potencial transgresivo y lúdico del posmodernismo (Hebdige, 1988; Chambers, 1986, 1987). Se acepta aquí que las observaciones de Benjamin y de Baudrillard apuntan al mayor papel de la cultura en las ciudades occidentales contemporáneas, que son cada vez más no sólo centros del consumo cotidiano sino también de un espectro más amplio de bienes y expe-

riencias simbólicos producidos por las industrias culturales (las artes, el esparcimiento, el turismo, los sectores del patrimonio). Se entiende que en esas «ciudades posmodernas» (Harvey, 1988) las personas participan en un complejo juego de signos acorde con la proliferación de signos en el medio edificado y el tejido urbano. Los *flâneurs* o paseantes urbanos contemporáneos celebran y juegan con la artificialidad, la aleatoriedad y la superficialidad de la fantástica *mélange* de ficciones y extraños valores que pueden hallarse en las modas y las culturas populares de las ciudades (Chambers, 1987; Calefato, 1988). Se sostiene también que esto representa un movimiento que va más allá del individualismo y que pone un fuerte énfasis en lo afectivo y lo empático: un nuevo «paradigma estético» en el que masas de gente se reúnen temporariamente en efímeras «tribus posmodernas» (Maffesoli, 1988*a*).

Aunque en esos trabajos se destaca mucho la sobrecarga simbólica, la inmersión estética, las percepciones cuasi oníricas de sujetos descentrados, en que las personas se abren a una gama más amplia de sensaciones y de experiencias emocionales, es importante subrayar que eso no representa el eclipse de los controles. Hacen falta disciplina y control para pasearse entre los bienes en exhibición, mirar y no arrebatar, desplazarse con naturalidad sin interrumpir la corriente, contemplar con entusiasmo contenido y aire indiferente, observar a los otros sin ser visto, tolerar la estrecha proximidad de los cuerpos sin sentirse amenazado. También hay que ser capaz de regular las oscilaciones entre el compromiso intenso y un desapego estético más distante. En pocas palabras, atravesar los espacios urbanos o experimentar los espectáculos del parque temático y los museos del patrimonio reclama un «descontrol controlado de las emociones» (Wouters, 1986). La imaginería puede reunir placer, excitación, carnaval y desorden, pero experimentarlos requiere control de sí mismo y, para quienes carecen de él, acecha desde el fondo la vigilancia de los guardias de seguridad y las cámaras de control remoto.

Estas tendencias a la estetización de la vida cotidiana se relacionan con la distinción entre alta cultura y cultura de masas. Un movimiento dual ha sugerido el derrumbe de algunos de los límites entre arte y vida cotidiana, y el desgaste del status especial protegido del arte como mercancía aisla-

da. Tenemos, en primer lugar, la migración del arte al diseño industrial, la publicidad y las industrias asociadas de la producción simbólica y de imágenes que ya hemos mencionado. En segundo lugar, ha habido en las artes una dinámica interna *vanguardista* que, en la forma de dadaísmo y de surrealismo en la década de 1920 (Bürger, 1984) y de posmodernismo en la década de 1960, procuró mostrar que cualquier objeto cotidiano podía estetizarse (véase el examen de este aspecto más adelante, en los capítulos 3 y 4). El arte pop de la década de 1960 y el posmodernismo implican el enfoque de las mercancías cotidianas como arte (las latas de sopa Campbell de Warhol), una vuelta irónica de la cultura de consumo sobre sí misma, y una postura adversa al museo y la academia en las artes corporales y de la representación. La expansión del mercado del arte y la mayor cantidad de artistas en actividad y ocupaciones subordinadas, sobre todo en los centros metropolitanos, más el uso del arte como vehículo de las relaciones públicas por parte de grandes corporaciones y del Estado, conllevaron cambios significativos en el papel del artista (véase Zukin, 1982*a*).

Se ha sostenido que ya no cabe hablar de una *vanguardia* artística en el sentido de un grupo de artistas que rechazan tanto la cultura popular cuanto el estilo de vida de la clase media (Crane, 1987). Si bien el estilo de vida del artista puede conservar aún un atractivo aire romántico para quienes se dedican a la jerarquización de las áreas céntricas urbanas y para los miembros de una clase media en general, que valoran cada vez más el papel de la cultura en la construcción del estilo de vida (Zukin, 1988*b*), muchos artistas han dejado atrás su compromiso con la alta cultura y el *vanguardismo* y han adoptado una actitud cada vez más receptiva hacia la cultura de consumo, y ponen de manifiesto ahora su disposición a traficar con otros intermediarios culturales, productores de imágenes, audiencias y públicos. Por eso, con los procesos paralelos de la expansión del papel del arte en la cultura de consumo y la deformación del arte aislado, con su estructura de prestigio y su estilo de vida independientes, se ha producido una indistinción de los *géneros* y una tendencia a la deconstrucción de las jerarquías simbólicas. Esto conlleva una postura pluralista frente a la variabilidad del gusto, un proceso de desclasificación cultural que ha socavado las bases de las distinciones entre

una cultura elevada y una cultura de masas. Es ese el contexto en que no solamente hallamos escepticismo en cuanto a la eficacia de la publicidad, en el sentido de que se pone en tela de juicio su capacidad para inducir a la gente a la compra de nuevos productos —o para adoctrinarla— (Schudson, 1986), sino también una exaltación de su genealogía estética. Así, el diseño y la publicidad no sólo se confunden con el arte, sino que se los celebra y se los museifica como arte. Como observa Stephen Bayley (1979, pág. 10), «el diseño industrial es el arte del siglo XX» (citado en Forty, 1986, pág. 7).

Los atractivos del estilo de vida romántico y bohemio, en que el artista se presenta como un rebelde de la expresión y un héroe del estilo, han sido un tema poderoso, particularmente en relación con la música popular y el rock, en la Inglaterra de la época de la posguerra. Frith y Horne (1987) documentan esta particular inyección del arte en la cultura popular, que también colaboró a deconstruir la distinción entre esta y la alta cultura. Además, puede verse este fenómeno como promotor del proceso de descontrol controlado de las emociones del que hemos hablado, en que el jazz, el *blues*, el rock y la música negra se presentan como formas de expresión emocional directa, que un público predominantemente juvenil consideraba más placenteras, comprometidas y auténticas, en tanto una audiencia principalmente adulta, acostumbrada a pautas más controladas y formales de conducta pública y contención emocional, las veía como «música demoníaca» peligrosamente amenazante y descontrolada (Stratton, 1989). Pero también, en cierto sentido, y no obstante la popularidad de los estilos de vida artísticos y las diversas transformaciones neodandystas de la construcción de la vida como una obra de arte, este proyecto implica un grado de integración y de unidad de propósito que se está volviendo cada vez más obsoleto, pese al carácter apremiante de algunos de los símbolos de esos estilos de vida. Hay menos interés en construir un estilo de vida coherente que en jugar con la gama de estilos conocidos y ampliarla. El término «estilo» sugiere coherencia y ordenamiento jerárquico de elementos, cierta forma interna y expresividad (Schapiro, 1961). Los comentaristas del siglo XX han sostenido a menudo que nuestra época carece de un estilo distintivo. Simmel (1978), por ejemplo, habla de la edad

«sin estilo», y Malraux (1967) destaca que nuestra cultura es «un museo sin paredes» (véase Roberts, 1988), observaciones que se han visto fortalecidas en el posmodernismo, con su insistencia en el *pastiche*, el «retro», el derrumbe de las jerarquías simbólicas y la reproducción de culturas.

Lo mismo puede decirse en relación con la expresión «estilo de vida»: que en la cultura de consumo se tiende a presentar estilos de vida que ya no requieren coherencia interna. Por tanto, los nuevos intermediarios culturales, un sector en expansión dentro de la nueva clase media, aunque bien dispuestos hacia el estilo de vida de los artistas y de los especialistas culturales, no se proponen promover uno solo de ellos, sino más bien abastecer y ampliar la gama de estilos y de estilos de vida de que disponen las audiencias y los consumidores (véase el examen de este punto más adelante, en el capítulo 6).

## Conclusión

En su libro *All Consuming Images*, Stuart Ewen (1988) analiza una publicidad de Nieman-Marcus, una gran tienda estadounidense de moda, que al parecer combina opuestos en una unidad. En efecto, el anuncio yuxtapone dos fotografías de una misma mujer. La primera presenta la imagen de una mujer de clase alta con un vestido de la *haute couture* parisina; el texto al pie subraya que *actitud* es «disposición hacia las personas», «usar lo correcto en la hora correcta», «el talle exacto», «un estilo», «vestirse para agradarle a otra persona», «valoración», «pasear por la avenida». La segunda fotografía es de una pensativa mujer semítica que viste chalina palestina y caftán del desierto. Con caracteres del estilo de los *graffiti*, el texto subraya que *libertad* es «librarse de estrechas restricciones», «modificar la estructura de una prenda de vestir cuando el humor lo exige», «lo que sienta cómodo», «un estado de ánimo», «vestirse para agradarse a sí mismo», «evolución», «amar la vida callejera». En la cultura contemporánea no se pide a hombres y a mujeres que elijan entre las dos posibilidades, sino que incorporen ambas. Considerar su vestimenta y sus bienes de consumo como «símbolos de status de clase» (Goffman, 1951) exige,

de parte del usuario, la conducta y la actitud apropiadas a fin de prolongar la clasificación visible del mundo social en categorías de personas. En este sentido, aún subsisten en la cultura de consumo economías de prestigio, con bienes escasos cuya obtención y manejo apropiados exigen una considerable inversión de tiempo, dinero y conocimiento. Esos bienes pueden leerse y usarse para clasificar el status de su portador. Al mismo tiempo, la cultura de consumo utiliza imágenes, signos y bienes simbólicos que evocan sueños, deseos y fantasías que sugieren autenticidad romántica y satisfacción emocional en la complacencia narcisística de sí mismo, y no de los otros. La cultura de consumo contemporánea parece estar ampliando la gama de contextos y situaciones en que esa conducta se estima apropiada y aceptable. Por tanto, no se trata de elegir entre esas dos opciones presentadas como alternativas; antes bien, son *ambas*. La cultura de consumo de hoy no representa ni una pérdida de control ni la institución de controles más rígidos, sino más bien su apuntalamiento mediante una flexible estructura generativa subyacente que tanto puede manejar el control y el descontrol formales como permitir un fácil cambio de marcha entre ellos.

# 3. Hacia una sociología de la cultura posmoderna

## El posmodernismo en la sociología

En su *Social Theory and Modern Sociology*, Anthony Giddens esboza «Nine Theses on the Future of Sociology», la primera de las cuales sugiere que «la sociología se desprenderá paulatinamente del residuo del pensamiento social del siglo XIX y de comienzos del XX» (1987*a*, pág. 26). Aquí Giddens desarrolla el argumento, hoy popular, de que la sociología está y seguirá estando ligada al «proyecto de la modernidad». Lo hace para apartarse del reduccionismo económico, al que ve como ubicuo legado del pensamiento decimonónico, y pasar a centrarse en otros tres grandes parámetros de la modernidad: el desarrollo del poder administrativo, el desarrollo del poder militar y las guerras. Por último, afirma:

«Tenemos la dimensión cultural de la modernidad: una cosa que, naturalmente, es de por sí muy compleja. De algún modo, el análisis de esta dimensión ha sido desde hace tiempo una preocupación de la sociología. Los sociólogos han comprendido el surgimiento de su propia disciplina con el trasfondo del ascenso del "racionalismo" y el "desencantamiento del mundo" concomitante con la secularización. Pero probablemente sea acertado decir, una vez más, que la cultura de la modernidad ha sido comprendida en gran medida como el reflejo del capitalismo o del industrialismo. Hasta el famoso intento de Max Weber de afirmar un papel independiente de las "ideas" se centraba en las condiciones que inicialmente habían dado lugar al capitalismo, en vez de atribuir un papel constante a una cultura moderna autónoma particular. Acaso sea mejor ver las discusiones actuales en torno de lo que muchos han llamado "posmodernidad" más bien como las primeras iniciativas reales en la ambiciosa ta-

rea de hacer un relevamiento del universo cultural que resulta de la desintegración, cada vez mayor, del mundo tradicional. Como mínimo, seguramente expresarán la fuerte impresión de que los modelos preestablecidos de análisis cultural eran radicalmente insuficientes» (Giddens, 1987*a*, págs. 28-9).

Aunque en esta cita hay muchas cuestiones interesantes, haré aquí sólo dos breves observaciones. Primero, Giddens destaca el potencial de la modernidad, o quizá deberíamos decir del posmodernismo, como un modelo superior para hacer un relevamiento de la cultura contemporánea. Por desdicha, no desarrolla este punto, y en su única referencia anterior al posmodernismo, en un artículo titulado «Modernism and Post-Modernism», en el que comenta a Habermas (1981*a*), no se refiere, que yo sepa, al posmodernismo en el texto (Giddens 1981*a*). El acento que Giddens pone en el potencial del análisis cultural posmoderno acaso puede ponerse en relación con su preferencia por una «estrategia media» que intente superar el dualismo de objetivismo y relativismo mediante el desarrollo de una «ontología de los potenciales» como parte de su teoría de la estructuración (véanse Cohen, 1986, 1987). Segundo, la de esta cita es una de sus pocas referencias directas a la cultura como dimensión sustantiva de la modernidad o de la sociedad. El hecho de que Giddens (1987*b*), por fin, se encamina hoy hacia el desarrollo de una teoría de la producción cultural, que podría servir de apoyo a su análisis de la cultura de la modernidad y la posmodernidad, es evidente en su ensayo «Structuralism, Post-Structuralism and the Production of Culture».

En términos más generales, no se puede ignorar que la conferencia sobre «Estructura social y cultura» celebrada en Bremen en 1988, que reunió a representantes de muchos grupos de teoría sociológica de varios países europeos, fue simplemente una señal más de la elevación general de la cultura al centro de la teorización sociológica en los últimos años. También podría señalarse la inclusión de un gran simposio de cinco sesiones sobre la cultura en el International Sociological Association Congress realizado en Nueva Delhi en 1986, y la formación de una Culture Section de la American Sociological Association, que celebró sus prime-

ras sesiones en 1987. Donaldson Langer (1984, pág. 9) ha señalado que este reciente surgimiento del interés en cuestiones culturales más generales, y la percepción de la sociología de la cultura como un campo legítimo de indagación representan un cambio crucial dentro de la sociología. Hasta mediados de la década de 1970, el interés sociológico en la cultura y las artes solía ser considerado excéntrico, diletante y, en el mejor de los casos, marginal. En esa tradición, los límites disciplinarios entre los sociólogos que tenían algún interés en las artes y los críticos literarios e historiadores del arte, que veían a la sociología como irrelevante para comprender el sagrado dominio de la cultura, eran relativamente fuertes. Un síntoma de la caída de las barreras entre los campos ha sido la aparición en el mundo de habla inglesa, desde la década de 1970, de una serie de revistas que brindan una mejor recepción a teorizaciones de la cultura cuyo público proviene de una amplia gama de disciplinas. Algunas de esas publicaciones tratan exclusivamente de la cultura. Podemos pensar aquí en *Working Papers in Cultural Studies*; *Ideology and Consciousness*; *Oxford Literary Review*; *Block*; *Semiotext(e)*; *Tabloid*; *Substance*; *New German Critique*; *Diacritics*; *Theory and Society*; *Humanities in Society*; *Telos*; *Thesis Eleven*; *Praxis International*; *Canadian Journal of Political and Societal Theory*; *Philosophy and Social Criticism*; *Media, Culture and Society*; *Politics, Culture and Society*; *Social Text*; *Theory, Culture & Society*; *Representations*; *Discourse*; *Cultural Anthropology*; *Critique of Anthropology*; *Culture and History*; *New Formations*; *Cultural Studies* y *Textual Practice*. También el ascenso del interés por el feminismo, el marxismo, el estructuralismo, el posestructuralismo, la semiología, la teoría crítica y el psicoanálisis contribuyó a elevar el perfil de las cuestiones culturales. Además, es muy posible que los interesados en las teorizaciones acerca de la cultura —la relación entre cultura y sociedad y las cuestiones de ideología, lenguaje, conocimiento, discurso, subjetividad y agencia, las cuales han llegado a entrelazarse con las explicaciones de los cambios en las artes y la esfera cultural— deban estar hoy dispuestos a examinar toda una gama de revistas ajenas a la sociología, y no solamente en el campo de los estudios culturales y las artes, sino también de la política, la historia, la geo-

grafía, el arte, la arquitectura, la filosofía y la planificación. (Se hallará un breve examen de estos cambios a propósito de la teoría social francesa en Featherstone, 1986.)

Estos cambios requieren una documentación y una explicación cuidadosas en términos de la dinámica de los campos académico e intelectual y de su capacidad de responder a los cambios socioculturales y tematizarlos. No hay que tomarlos solamente en el nivel de un cambio de paradigma o del triunfo de un conjunto superior de metodologías, que es la forma en que a menudo se los ha presentado a las audiencias académicas, a las cuales se les puede perdonar cierto grado de perplejidad ante la deslumbrante colección de teóricos culturales presentados. Los teóricos de la sociología que hasta hace poco entendían que había un conjunto bien establecido de temas y debates fundamentales, que en su forma más ambiciosa podían aspirar a proporcionar un fundamento para que la sociología sirviera de base a las demás temáticas de las ciencias sociales, ahora tienen que dar un paso atrás cuando la deconstrucción, el posestructuralismo y el posmodernismo aparecen en la agenda, e incluso amenazan con volver obsoletas todas las agendas existentes. Foucault, Lyotard, Deleuze, Derrida y Baudrillard han sido discutidos recientemente en trabajos presentados en encuentros del British Sociological Association's Theory Group, donde ahora se examinan temas de mayor alcance con un acento en lo cultural, como «Modernidad y posmodernidad» o «El cuerpo», a la vez que se establecen vínculos más fuertes con otros grupos europeos de teoría sociológica para acelerar el intercambio de información.

Probablemente, para muchos sociólogos, los términos «posmodernidad» y «posmodernismo» pasaron a un primer plano sólo a comienzos de la década de 1980, con el «debate» entre Habermas y Foucault. Ambos términos tienen, desde ya, una historia mucho más larga: el primer empleo de «posmodernismo» fue el de Federico de Onís en 1934 para caracterizar una reacción menor al modernismo; «posmodernidad» fue acuñado por Arnold Toynbee en 1947 para designar un nuevo ciclo de la civilización occidental (véase Hassan, 1985). El uso del término «posmodernismo» en el terreno del arte prevaleció sobre su uso como denominación de una época al popularizarse en la década de 1960, cuando en los Estados Unidos lo usaron jóvenes artistas tales como

Rauschenberg, Cage, Burroughs y Barthelme, y críticos tales como Fiedler, Hassan y Sontag para referirse a un movimiento que iba más allá del «agotado» alto modernismo, al que se consideraba institucionalizado en el museo y en la academia. El término cobró un uso más amplio en arquitectura, en artes visuales y de la representación y en música en la década de 1970, y sufrió entonces una rápida serie de mutaciones cuando se lo exportó a Francia, a fines de esa década, y fue adoptado por críticos tales como Kristeva y Lyotard. Luego se lo reexportó a los Estados Unidos, en gran medida con la forma del deconstruccionismo posestructuralista de Derrida. El término también fue exportado a Alemania a fines de la década de 1970 y recogido por Habermas (1981*a*) y su ensayo del Premio Adorno de 1980, en el marco de una discusión de la modernidad como proyecto incompleto, en el que llamaba a Foucault y a Derrida «jóvenes conservadores» (véase Huyssen, 1984). Los debates entre Habermas y Foucault y Lyotard y Habermas, y las formulaciones que se hicieron de ellos en términos de «teoría crítica *versus* posmodernidad», han sido en gran medida obra de terceros (véanse Bernstein, 1985; Hoy, 1986). Son muchas las dimensiones del debate, del que quisiera destacar dos puntos. Primero, la insatisfacción de Habermas (1981*a*) con Foucault y Derrida (y, por asociación, con Deleuze y Lyotard) se debía a que adherían a una subjetividad descentrada y sin límites, satisfecha con experimentar intensidades expresivas que efectivamente derivaban de la vanguardia posmodernista que había intentado derribar las fronteras entre el arte y la vida cotidiana y, por tanto, daba primacía a las experiencias y los gestos estéticos frente a la moralidad y los modos comunicativos de la verdad. A partir de ensayos anteriores, como «Technology, Science and Ideology» (1971), Habermas había intentado teorizar y hallar la forma de revertir la notoria invasión de las estructuras comunicativas del mundo vivido sociocultural por la racionalidad instrumental y estratégica. Desde esta perspectiva, tener que vérselas con una nueva amenaza, procedente de la esfera de la estética, al potencial comunicativo del mundo vivido sociocultural, representa otra complicación inoportuna. Segundo, cabría esperar que el intento de Habermas (1985, pág. 203) de aprovechar el potencial crítico de la experiencia estética para iluminar las verdades comunicativas sólo

tuviera un éxito limitado, dada la dificultad de traducción a través de dos modalidades culturales diferentes.

El incremento del interés por el posestructuralismo, la deconstrucción y el posmodernismo, junto con la obra de Habermas (1984) acerca de la trayectoria de los distintos sectores de la modernidad cultural, la ciencia, la moralidad y el arte y sus relaciones recíprocas, tiene que ser comprendido, pues, en distintos niveles, dentro del contexto del surgimiento más general del interés por cuestiones culturales más vastas. Esto apunta a los fundamentos metateóricos de los modos de conocimiento y, a la vez, al tipo de complejo cultural que mejor pueda suministrar alguna versión de la vida buena, significativa o satisfactoria. El posmodernismo lleva efectivamente las cuestiones estéticas al centro de la teoría sociológica: ofrece modelos y justificaciones estéticas de la lectura y la crítica de textos (el placer del texto, la intertextualidad, los textos autorales) y modelos estéticos de vida (la estetización expresiva de la vida, el arte como el bien de la vida).

Este relato excesivamente simplificado puede ayudarnos, pues, a encarar el reciente incremento del interés en la cultura dentro de la sociología, una de cuyas últimas manifestaciones es el reconocimiento que Giddens (1987*a*) hace de aquella como cuarta dimensión de la modernidad y su sugerencia en el sentido de que el posmodernismo puede ofrecer potencialmente una forma superior de análisis mediante la cual hacer un relevamiento del universo cultural moderno. Pero antes de que podamos desentrañar e intentar valorar el aparato conceptual y anticonceptual del arsenal posmoderno —el acento puesto en las discontinuidades, los textos autorales, las paradojas, las ironías, su reflexividad lúdica, su exaltación de la diferencia y la crítica de las universalizaciones y las totalizaciones, incluyendo el fin de las metanarrativas y de la historia—, debemos volver por un momento a Giddens. Su sexta tesis sobre el futuro de la sociología afirma que «los sociólogos volverán a sentir interés por los procesos de transformación social de gran escala y de largo plazo» (Giddens, 1987*a*, pág. 41). Una afirmación que, a primera vista, parece oponerse directamente al supuesto de que los modos posmodernos de análisis son superiores. Se opone también, y Giddens es consciente de ello, a su anterior adhesión, en la primera tesis, a la necesidad de

liberarse de la tradición del pensamiento decimonónico. Giddens sostiene que debemos centrarnos en los procesos de largo plazo para captar los cambios sociales de gran escala que se están acelerando en el siglo XX.

La sociología de los procesos de gran escala y largo plazo ha experimentado un renacimiento en los últimos años. Hay que pensar aquí en la obra de Wallerstein (1974, 1980), Habermas (1984), el propio Giddens (1985) y, más recientemente, Mann (1986) y Hall (1985). Pero el mayor exponente que recordamos de inmediato es Elias, con su teoría de los procesos civilizatorios (Elias, 1978*b*, 1982), la sociogénesis de la sociología (Elias, 1984*a*) y los cambios en el equilibrio de poder entre los sexos (Elias, 1987*a*). Elias (1971) entendía que los sociólogos debían superar una visión común de la historia, sostenida tanto en esta como en la sociología, que tiende a suponer que los cambios sociales carecen de estructura. En lugar de ver la historia como un incesante peregrinaje de grupos que vienen y van, cuyo conocimiento parece igualmente válido, tenemos que «investigar (. . .) la estructura de los cambios de largo plazo en los agrupamientos intergeneracionales de productores y portadores humanos de (. . .) conocimiento» (Elias, 1972, pág. 125). Tenemos que saber que hay casos de conocimientos producidos por grupos especializados que cobran un impulso propio, y que esos grupos especializados productores de conocimientos pueden lograr una autonomía limitada y relativa respecto de otros grupos interdependientes (Elias, 1971, pág. 250). De ahí que, de acuerdo con Elias, podamos escapar del tembladeral del relativismo absoluto, con sus igualdades forzadas y sus polaridades exageradas, en el que se ingresa cuando nos rehusamos a ver la dinámica del conocimiento. Antes bien, podemos investigar los desarrollos en determinadas reservas de conocimientos que generan una autonomía relativa, y ello en contraste con el énfasis que ponen en las rupturas y las discontinuidades teorías del conocimiento como, por ejemplo, las de Kuhn y Bachelard (Elias, 1972).[1]

[1] En el caso del término «posmodernidad», es sumamente dificultoso seguir el método que Norbert Elias aplica en el examen del desarrollo de largo plazo de conceptos como los de «civilización» y de «economía», y concentrarse en su derivación de términos cotidianos y su posterior alteración a consecuencia de los cambios en la estructura de los equilibrios de poder entre grupos interdependientes, hasta su teorización y canonización finales

El análisis de procesos de largo plazo plantea, pues, la cuestión de si acaso debemos proponernos elaborar una sociología del posmodernismo en lugar de defender una sociología posmoderna. Si lo que buscamos es comprender el

---

como nociones universales o científicas. En especial, por el hecho de que consideramos signos y rastros de estadios muy tempranos de un proceso que puede orientarse en muchas direcciones posibles o aun fracasar prematuramente. En realidad, si bien podemos intentar descubrir rastros de un posmodernismo *avant la lettre* (por ejemplo, la vanguardia de la década de 1920), debemos tener presente que el término mismo puede no haberse estabilizado aún y seguir el camino de muchas modas y furores académicos recientes. Desde ya, eso no supondría que el proceso haya cesado, ni que los portadores del «posmodernismo» puedan arribar a otros términos descriptivos. Otro punto es que los conceptos de «civilización» y «economía» estuvieron vinculados con el ascenso de determinados grupos que gozaron de grandes ganancias de poder y tuvieron cierto éxito en monopolizar el conocimiento y los medios de orientación. En sustancia, la capacidad de presentar sus preocupaciones como preocupaciones que de alguna manera estaban «en la naturaleza de las cosas», es decir, como fundacionales. Si nos proponemos concebir la trayectoria del concepto de lo posmoderno, se presentan muchas dificultades, en especial la de estar en un nivel comparable al que fue el estadio anterior a Quesnay y la fisiocracia en el caso del desarrollo de la economía. No sabemos todavía cuál es el potencial de poder de los especialistas en producción y diseminación simbólicas. Los especialistas del conocimiento (esto es, los sacerdotes) alcanzaron en el pasado un predominio en los cambiantes equilibrios de poder; otros especialistas del conocimiento tal vez vuelvan a hacer lo mismo en el futuro. (A propósito de la explicación de Elias sobre la relación de los distintos especialistas en violencia, conocimiento, producción económica y medios de orientación, véase Elias [1987*b*].) Los indicios actuales sugieren, sin embargo, que tanto en la producción de teorías acerca del posmodernismo cuanto en la de bienes culturales posmodernos hay una tendencia a la desmonopolización. En síntesis, la hiperreflexividad, el antifundacionalismo y la «tolerancia» policultural que se hallan en las teorías y las prácticas posmodernas, enlazadas como están a los imperativos estilísticos y de moda en los mercados actuales de bienes académicos, intelectuales, artísticos y de consumo, pueden, en su propia dependencia de públicos educados en la búsqueda de la novedad, resistirse a las tendencias hacia la monopolización y la erección de una nueva jerarquía simbólica estable. Dicho en términos de Elias, entonces, la capacidad de desarrollar tipos de conocimientos relativamente autónomos (como la ciencia), por una parte, o un cuerpo relativamente estable de conocimientos ligados a la aptitud de un grupo para monopolizar, en un nivel societal, una serie de recursos de poder; por la otra, puede no darse en este caso. El otro elemento de su enfoque por considerar (véase Elias, 1987*b*) es su noción de «democratización funcional», que alude a una difusión del conocimiento y al creciente

posmodernismo, ¿debemos renunciar a las metodologías sociológicas y emplear modelos posmodernos de análisis para producir una versión posmoderna de aquel? Esto se orientaría de hecho hacia una supresión de la sociología y hacia una nueva sociología posmoderna o antisociología. Examinemos especulativamente algunos de los posibles resultados de ello. Una versión posmoderna del posmodernismo se resistiría al examen de desarrollos en materia de conocimiento y de la interrelación de especialistas en producción simbólica y otros grupos para proporcionar una explicación parasitaria —un parásito de un parásito— que recurriría a estrategias posmodernas para jugar con las unidades y las diferencias dentro del posmodernismo, sus paradojas, sus ironías, sus incoherencias, su intertextualidad y sus cualidades multifrénicas. O bien podría seguir la estrategia de contrabandear, en una metanarración coherente, un relato que cuente una versión de la caída, para anunciar el fin de las metanarraciones (Hutcheon [1987] y otros han acusado a Lyotard de emplear esa estrategia). Una tercera posibilidad sería la de suponer que ciertos desarrollos, consistentes en procesos de largo plazo, se han formado por acumulación hasta una ruptura final que ha desgarrado el proceso histórico para producir una nueva configuración postsocietal: la cultura posmoderna. Como esta perspectiva sostiene que ya estamos en una cultura posmoderna, toda tentativa de teorizar el posmodernismo aplicando las viejas técnicas y metodologías necesariamente fracasará. La versión del mundo posmoderno de los simulacros elaborada por Baudrillard (1983*a*, 1983*b*) es de ese tipo, con su insistencia en la sobrecarga cultural causada por una superproducción de información por vía de los medios de comunicación, lo cual

---

potencial de poder de las masas. De continuar, ello favorecerá la tendencia a cierta apertura y a la resistencia a la monopolización del conocimiento. Esto no equivale a decir que no se registrarán intentos de remonopolización ni se elaborarán pedagogías estables; con todo, la falta de acuerdo en principios unificadores entre los especialistas culturales en condiciones de superproducción de informaciones y el desarrollo de una pluralidad de centros rivales de gusto cultural pueden tender a reducir la posibilidad de una recentralización y rejerarquización estables del conocimiento y la cultura. De hecho, deberíamos considerar esas tendencias en términos de procesos de monopolización y desmonopolización y de cambios de los equilibrios de poder.

lleva a una implosión del significado y a un mundo de simulacros, un hiperespacio en el cual vivimos en una alucinación estética de la realidad, allende la normatividad y la clasificación. Entre los autores académicos que escriben sobre el posmodernismo, Baudrillard es sin duda uno de los más radicales en tanto lleva su lógica lo más lejos posible, complaciéndose en los tropos y las imágenes lingüísticas posmodernos de una postsociedad —el fin de lo social— fuera del alcance de la explicación sociológica (en Kroker y Cook, 1987, se hallará una versión estadounidense de la «cultura excremental» posmoderna basada en gran medida en Baudrillard). Para él, todo intento de examinar las pegajosas masas en términos de normatividad o de análisis de clases, a la manera de Bourdieu, está condenado al fracaso, en la medida en que es una forma de análisis correspondiente a la etapa previa del sistema, ahora dejada atrás.

Otra consecuencia de una sociología posmoderna sería subrayar no sólo el fin de lo social, sino también el fin de la historia. La versión del posmodernismo presentada por Vattimo (1985) destaca que lo posmoderno no debe concebirse únicamente como signo de una ruptura histórica que apunta a un pasaje más allá de la modernidad. El posmodernismo conlleva las nociones de una época posmetafísica y posmoderna, con el rechazo de la idea modernista de desarrollo histórico o de un punto de vista unificador que pueda imponerse a la historia. En realidad, el fin de la historia se ha producido siempre; sólo que ahora podemos reconocerlo y aceptarlo. La crítica y el rechazo posmodernistas de las metanarraciones de la modernidad (la ciencia, la religión, la filosofía, el humanismo, el socialismo, el feminismo, etc.), todas las cuales procuran imponer algún sentido de coherencia y de eficacia a la historia, nos apartan de las universalizaciones y nos llevan a la particularidad del conocimiento local. Este es un cambio propugnado, en un nivel teórico, mediante argumentos basados en la obra de Nietzsche, Heidegger y Derrida; pero este mismo cambio teórico bien puede haber llegado al primer plano en un momento particular del tiempo y, por tanto, habría que relacionarlo simbióticamente con lo que se considera una deshistorización más general de la experiencia que se está registrando en la cultura de consumo contemporánea, que también socava las universalizaciones y el sentido de una narratividad or-

denada en el nivel cotidiano, a través de su acentuación de un presente polifacético y siempre cambiante.

Por tanto, las cuestiones que enfrentamos al intentar entender sociológicamente la cultura posmoderna giran en torno de la comprensión del modo en que se relacionan estos dos aspectos: la producción y circulación de teorías posmodernas (muchas de las cuales conllevan una idea del fin de la historia, aunque no es un finalismo trágico), y la más amplia producción y circulación de experiencias y prácticas culturales posmodernas cotidianas. No nos hace falta aquí estar en favor o en contra del posmodernismo; antes bien, tenemos que explicar sociológicamente cómo este es posible y cómo ha nacido el interés en la vaga familia de nociones asociadas a él. Esto, pese a la obvia acusación de los defensores del posmodernismo de que esta misma iniciativa es fatalmente defectuosa y representa una adhesión pasada de moda a la metateoría modernista. En síntesis, entonces, procuramos comprender y señalar la necesidad de una explicación de esos dos aspectos, el teórico y el cotidiano, del invocado movimiento hacia lo posmoderno, en el que el *posmodernismo*, que se teoriza y se expresa en prácticas intelectuales y artísticas, puede ser visto como indicio o presagio de una *cultura posmoderna* más general, una serie más amplia de cambios en la producción, el consumo y la circulación de bienes y prácticas culturales. Puede ser que, en definitiva, estas tendencias asuman proporciones epocales y signifiquen así un movimiento hacia la *posmodernidad*.

Si rechazamos la idea de una sociología posmoderna en favor de una explicación sociológica del posmodernismo y lo concebimos como parte de un proceso de gran escala y largo plazo, nos hallamos ante una intimidante tarea que está más allá del alcance del presente capítulo. Lo único que nos proponemos hacer aquí es trazar los lineamientos generales que un enfoque así podría seguir. *Primero*, deseamos impugnar algunos de los estancamientos que se producen si nos atenemos a las pretensiones del posmodernismo (si bien a menudo implícitas) de constituir una metodología superior y haber identificado en el proceso histórico una ruptura significativa que nos sitúa en o al borde de una cultura posmoderna y la época final o antiépoca de la posmodernidad. *Segundo*, la intención es sugerir, tentativamente, que habría que comprender el posmodernismo en términos de pro-

cesos que se desenvuelven dentro de la dinámica de las relaciones intergrupales.[2] Más específicamente, debemos preguntarnos quiénes son los productores y portadores de los bienes simbólicos posmodernos. Tenemos que examinar las prácticas reales del posmodernismo para descubrir la dinámica y los procesos que operan en distintos campos —el arte, la arquitectura, la música, la literatura— y entre intelectuales y académicos, y examinar asimismo cómo surgen nuevas condiciones que incrementan la circulación y el intercambio entre productores y difusores en esos campos. Podemos pensar aquí en las estrategias de los marginales contra los establecidos, en los procesos de monopolización y usurpación, en los efectos de la inflación, etc. Esos mismos cambios deben ser puestos en relación con los procesos de largo plazo que llevaron a un aumento general en el número de especialistas en producción, difusión y reproducción simbólicas, e hicieron que se modificaran sus relaciones con otros grupos de la sociedad y se elevase tanto su valoración general por parte de la sociedad como su propia capacidad de promover y demostrar su eficacia social. Esto no equivale a sostener que la aparición, el incremento cuantitativo y el crecimiento del potencial de poder de esos grupos en la clase

[2] Esto no equivale a sugerir que la teoría posmoderna (y pienso aquí en Lyotard, Deleuze, Foucault, Derrida, Baudrillard, Vattimo y Rorty, y sé que algunos de ellos objetarían que se los incluya en esta categoría) deba considerarse como un problema enfadoso y maliciosamente inventado, que representa tan sólo una regresión a formas anteriores de irracionalismo, y que, una vez dadas las explicaciones del caso, la sociología puede seguir avanzando como antes. Por el contrario, la teoría posmoderna está reaccionando ante nuevas circunstancias de la organización del conocimiento y la cultura en las sociedades occidentales contemporáneas que tienen importantes implicancias metateóricas y metodológicas. El centramiento en la metafísica de la presencia, las legitimaciones metanarrativas ocultas de los textos y las estructuras retóricas, la recurrencia de figuras y dispositivos (metáforas, sinécdoques, quiasmos, etc.) que pueden reconocerse en los esquemas de los historiadores en diferentes momentos de la historia representan una decidida ganancia de conocimiento (véanse White, 1973; Bann, 1984). Tenemos que estar preparados para convivir con algunos de los problemas que surgen al no optar entre objetividad y relativismo, como lo hace Giddens en su deseo de retener las ideas de las formas posmodernas de análisis cultural y abogar por la investigación de procesos sociales de largo plazo y gran escala. En sustancia, tenemos que tener el cuidado de que no se nos tergiverse y subrayar la postura antifundacional que puede asociarse a teorías de procesos sociales de largo plazo y gran escala, como lo demuestran las obras de Elias y de Giddens, cada una a su manera.

media y, más recientemente, en lo que se ha llamado «la nueva clase media» sea algo parecido a la aparición de una nueva clase basada en el capital cultural, que pueda desafiar a la vieja clase burguesa con su base de poder, supuestamente cada vez más obsoleta, en el capital económico. Los intelectuales y especialistas en producción simbólica están lejos de convertirse en una nueva clase hegemónica del tipo que Gouldner (1979) afirmaba. No obstante, dicho esto, no debemos subestimar los cambios que se han producido en las interdependencias y el equilibrio entre especialistas económicos y especialistas simbólicos. La aparición y la expansión de sectores de la nueva clase media o lo que se ha llamado «la clase de servicios» (Lash y Urry, 1987) no solamente crean especialistas en producción y difusión simbólicas, sino también una audiencia potencial que puede ser más sensible y afín a la gama de bienes y experiencias culturales y simbólicas que se han etiquetado como «posmodernos».

Si nos referimos más específicamente a la aparición del posmodernismo en las artes en la década de 1960 y en ciertos campos académicos e intelectuales en la década de 1970, debemos centrar la atención en el surgimiento de una cohorte generacional particularmente amplia, «la generación de 1960», que ingresó en la educación superior en un número notoriamente mayor que el registrado en el pasado y desarrolló orientaciones, gustos y disposiciones que sus integrantes llevan consigo cuando pasan a la vida adulta. También puede sostenerse que los artistas y los intelectuales identifican, cristalizan y difunden definiciones particulares de una conciencia generacional a diversos públicos y mercados. En este sentido, las formas de sensibilidad de «la generación de 1960» que ellos expresaron, representan insuficientemente las orientaciones más estables y tradicionales de miembros de medios o tendencias empresariales, industriales y científicos, y exaltan la estetización de la vida, el descontrol emocional y la informalización. Se ha observado a menudo que hay relaciones de continuidad entre «la generación de 1960» y todo un conjunto de movimientos contraculturales que se remontan hasta los románticos (Abrams y McCulloch, 1975; Martin, 1981; Weiss, 1986; Sayre y Löwy, 1984).

Lo que aquí interesa es que el proyecto de estetización de la vida, con su exaltación del artista como héroe y la estiliza-

ción de la vida como obra de arte —tanto la expresividad del proyecto del artista cuanto su estilo de vida—, encontró ecos en una audiencia que excede los círculos intelectuales y artísticos, gracias a la expansión de grupos ocupacionales particulares especializados en bienes simbólicos, que actuaron a la vez como productores y difusores y como consumidores y público de bienes culturales. La expansión de «los nuevos intermediarios culturales», como los llama Bourdieu (1984), ha conllevado una ampliación de la gama de bienes culturales legítimos y la caída de algunas de las viejas jerarquías simbólicas. Los nuevos creadores del gusto, que constantemente se hallan en la búsqueda de nuevos bienes y de experiencias culturales, intervienen también en la producción de pedagogías populares y de guías del vivir y el estilo de vida. Alientan una inflación de los bienes culturales, recurren constantemente a las tendencias artísticas e intelectuales en busca de inspiración y colaboran en la creación de nuevas condiciones de producción artística e intelectual, al trabajar junto a ellas. Los nuevos intermediarios culturales pueden hallarse en ocupaciones de la cultura de consumo orientadas hacia el mercado —los medios de comunicación, la publicidad, el diseño, la moda, etc.— y en profesiones asistenciales oficiales y privadas —ocupaciones relacionadas con el asesoramiento, la educación y la terapia—. Por tanto, para comprender la receptividad a los bienes y las prácticas posmodernas necesitamos investigar los procesos desarrollados en la sociedad que han puesto en un lugar más destacado a los especialistas en producción simbólica y, específicamente, las modificaciones en las relaciones entre artistas, intelectuales, académicos e intermediarios culturales y sus cambiantes interdependencias dentro de una figuración más amplia que comprende a hombres de negocios, políticos y administradores. Desde ya, aún prosigue la lucha entre lo que se ha llamado la nueva pequeña burguesía (Bourdieu, 1984) y la antigua; basta con señalar los duros ataques organizados por el thatcherismo en Gran Bretaña contra artistas e intelectuales en nombre de los valores victorianos. Pero es interesante advertir la flexibilidad de los especialistas en producción y difusión simbólicas y su capacidad de adoptar nuevas tácticas en situaciones desfavorables. Quizá deberíamos ver este proceso más bien sobre la base de la metáfora del equilibrio, empleada por Elias, con

oscilaciones hacia los centros de la producción simbólica en las décadas de 1960 y 1970, y oscilaciones en sentido contrario, hacia un mayor predominio de los centros de producción económica, en la década de 1980 (Wouters, 1987). La idea de una lucha entre los especialistas simbólicos y económicos tampoco debe impedirnos ver sus interdependencias fundamentales, y la forma en que el capital financiero excedente en la década de 1980 puede invertirse en el financiamiento de la arquitectura posmoderna o para inflar los mercados de arte, o en que las ciudades estimulan a los especialistas simbólicos a trasladarse a áreas restauradas (por ejemplo, el Soho de Nueva York, según la caracterización de Zukin, 1982*a*, 1982*b*), a fin de acelerar la jerarquización y el incremento general del prestigio y el capital simbólico de la ciudad. De ahí que pueda haber determinados sitios en los que se produce lo que se ha denominado proceso de «posmodernización» (Cooke, 1988).

## El desarrollo del posmodernismo en los campos cultural e intelectual

En un examen más detallado de algunos de esos cambios, sería provechoso prestar atención, primero, al sitio que el posmodernismo ocupa en campos artísticos, intelectuales y académicos específicos. En primer lugar, no se manifiesta hasta ahora una visión unitaria del posmodernismo en los campos de la arquitectura, la literatura, la música, el arte, la fotografía, las artes de la representación, la filosofía y la crítica. Jameson (1984*c*, pág. 62), por ejemplo, distingue entre el posmodernismo promodernista de Lyotard y el posmodernismo antimodernista de Jencks. En su libro *The Language of the Postmodern Architecture* (1984, pág. 6), Jencks, al evocar su primer uso del concepto, nos cuenta que

«Cuando escribí el libro, en 1975 y 1976, la palabra y el concepto de posmodernismo sólo habían sido empleados con frecuencia en la crítica literaria. Lo más perturbador, según caí en la cuenta más tarde, era que se lo había usado con el significado de "ultramoderno" a propósito de las novelas extremistas de William Burroughs y de una filosofía del nihi-

lismo y la anticonvención. Aunque yo sabía de esos escritos de Ihab Hassan y otros autores, empleé el término para aludir a lo opuesto de todo eso: el fin del extremismo vanguardista, el regreso parcial a la tradición y el papel central de la comunicación con el público: y la arquitectura es *el* arte público».

En el campo de la crítica literaria, el término «posmoderno» había sido empleado algunos años antes por Spanos, quien posiblemente ignoraba que con anterioridad lo habían utilizado otros críticos literarios, como Hassan en la década de 1960. Spanos (1987, pág. 2), lo mismo que Jencks, recordaba la primera vez que había empleado el término, al aparecer la revista *boundary 2*.

«En el otoño de 1970 (. . .) persuadí a mi colega el novelista Robert Kroetsch de que el momento o, diría ahora, la ocasión invitaba a la inauguración de *boundary 2*, la "revista de literatura posmoderna" de la que habíamos hablado en nuestra correspondencia (. . .) Al subtitular *boundary 2* como "revista de literatura posmoderna", estábamos introduciendo, según se ve ahora, un término que se ha vuelto fundamental para el discurso crítico de la historia literaria estadounidense contemporánea. Sin embargo, en aquel entonces yo no estaba del todo seguro acerca de lo que queríamos decir con la palabra *posmoderno*. Lo que me empujaba a emplearla era mi fuerte convicción de que el modernismo literario, sobre todo como discurso crítico, había llegado a su fin, y que el espacio diferencial abierto por el límite que había atravesado en las últimas décadas del siglo XIX y las primeras del XX había sido cancelado y enteramente colonizado por y dentro de otro límite».

Lo que estos dos ejemplos parecen indicar es una preocupación por temas de sus propios campos específicos y la acuñación de un término que se deseaba emplear a fin de identificar, señalar, establecer y legitimar una ruptura y promover un nuevo modo de análisis que se apartaba de lo establecido, sobre todo del modernismo establecido en su campo: por eso *posmodernismo*. Desde mediados de la década de 1970 ha circulado más información de comentaristas, artistas y académicos que se interesaron en los significados del

término y procuraron explorarlos, lo cual ha propiciado que «posmodernismo» pudiera tener una gama de significados de aceptación más general.

El arte mismo de *dar nombre* es una estrategia importante en los grupos que están en lucha con otros grupos. Los marginales o los recién llegados al campo pueden emplear un nuevo término, como «posmodernismo», cuando sus posibilidades de ascender en las estructuras jerárquicas legítimas existentes están restringidas. Tales tácticas vanguardistas están destinadas a crear un espacio por delante del establecido, que en última instancia llevará a una reclasificación del campo que permitirá rebautizar lo establecido como anticuado.

Es tentador ver en el posmodernismo una estrategia de vanguardia surgida originariamente en el campo artístico, e insertarlo en una larga historia de movimientos vanguardistas que no se remontan sólo al París de las décadas de 1850 y 1870, sino también a los movimientos futurista, dadaísta y surrealista y a las vanguardias de izquierda que actuaron en Rusia y en Alemania durante la década de 1920. El problema que presenta este enfoque reside en que tiende a centrarse en las similitudes de las estrategias marginales, el desencadenamiento periódico del antagonismo y el conflicto en la desapacible interdependencia que vincula a los especialistas en producción simbólica con los especialistas económicos, o la construcción de un ciclo «eterno» de activismo, antagonismo, militarismo y agonismo por el que todos esos movimientos están destinados a pasar (Poggioli, 1973). El inconveniente es que así no se diferencia lo suficiente entre las condiciones *generales* de la aparición de las vanguardias desde la década de 1850 en los centros metropolitanos —con su acceso a la publicidad y a las comunicaciones y la necesidad de una audiencia de la clase profesional y ociosa— y las condiciones *particulares* de movimientos determinados (Tagg, 1985-1986). En el caso del posmodernismo, podemos pensar en la necesidad de examinar las relaciones específicas entre artistas, críticos, intelectuales, *marchands* e instituciones artísticas que se daban en Nueva York en la década de 1960, cuando apareció el arte posmoderno. Debemos hacerlo sabiendo que quienes actúan en la producción y la designación de textos u objetos y antitextos o antiobjetos posmodernos pueden resistirse a cualquier

intento de trazar similitudes entre su modo de trabajo y el de las vanguardias anteriores, y que en verdad pueden darse circunstancias que hagan improbable que concuerden en un movimiento de vanguardia, pese a los esfuerzos de críticos, *marchands* y quienes actúan en las instituciones artísticas por promover una ruptura clara y una nueva vanguardia.

Por cierto, una de las características del arte posmoderno de la década de 1960 fue su ataque contra el arte institucionalizado: los museos y las galerías, las jerarquías del gusto vigentes en la crítica académica y la consagración de las obras de arte como objetos de exhibición netamente deslindados. En sí mismo, este ataque al arte autónomo e institucionalizado no era nuevo: como lo demuestra Peter Bürger (1984), se dio también en la vanguardia histórica de la década de 1920, con su rechazo del esteticismo. En este contexto, es interesante advertir que en la década de 1960 renació el interés por los movimientos dadaísta y surrealista y, en particular, por la obra de Marcel Duchamp (Huyssen, 1984). También se ha sostenido que el posmodernismo se dio primeramente con la vanguardia histórica de la década de 1920, la cual practicó, en efecto, un posmodernismo *avant la lettre* (Lash y Urry, 1987). En la década de 1960 hallamos intentos similares, y acaso más extremos, de derribar las barreras entre el arte y la vida cotidiana, y de oponerse a que aquel se convierta en un objeto-mercancía de museo. Pensamos aquí en los *happenings* y en el arte paisajista ideado por Christo, el artista búlgaro-estadounidense cuyos «acontecimientos» consistían, por ejemplo, en arropar parte de la costa australiana o en colgar una enorme cortina sobre un valle de Colorado. Pero aun este intento de antiarte, de negar el objeto artístico permanente y subrayar la experiencia transitoria que no podía convertirse en objeto ni en mercancía, pronto halló su camino de retorno a las instituciones del arte a través de las fotografías, los filmes, los libros y las exhibiciones de la obra de Christo (Martin, 1981, pág. 110).

Una de las figuras rectoras de la crítica posmoderna de la década de 1960, Susan Sontag (1967), sostenía, en esa línea, que el objeto artístico no debía ser un texto, sino un objeto sensible más en el mundo. Esta nueva sensibilidad favorecía la música, la danza, la pintura, la escultura y la

arquitectura en detrimento de la novela. El énfasis puesto en la sensación, en la inmediatez primaria de lo figural en oposición a lo discursivo, llevó a que se caracterizara a la estética posmoderna como una estética del cuerpo (Lash y Urry, 1987). Dos breves ejemplos pueden ilustrarlo. El primero es el *body-art* de Oppenheim. Un video titulado «I'am Failing» mostraba a Oppenheim cuando intentaba ahogarse en un tanque de agua (acaso una parodia del anterior «Submarino invertido» de Salvador Dalí, en el que este casi se había ahogado; en su autobiografía puede hallarse una descripción). Otro video muestra la caída, en cámara lenta, de unas rocas sobre el estómago de Oppenheim. El video de su presentación multimediática «Disturbational Art» es interesante, pues muestra a Oppenheim comiendo diez hombrecitos de pan de jengibre y después platinas de microscopio coloreadas de las excreciones que contienen los hombrecitos, que se proyectan en galerías (expuestas a que se las malinterprete como pintura meramente abstracta), junto con una cinta sinfín de video de todo el proceso de ingestión y excreción (Wall, 1987). El segundo ejemplo es el del *body-artist* australiano Stelarc, que emplea instrumental médico para filmar las partes internas de su propio cuerpo —la corriente sanguínea, los músculos, los latidos del corazón—, su interioridad y el «paisaje acústico» que muestra el cuerpo como una cosa a la vez repulsiva y fascinante (Kroker y Kroker, 1987, pág. vi).

Sin duda es muy difícil concebir de qué modo ese *body-art*, los *happenings* o el arte que juega con la repetición y el azar (en música podemos pensar en *Sinking of the Titanic* de Brier, que intenta remedar la música ejecutada bajo el agua y puede interpretarse de muchísimas formas, a fin de alcanzar una apertura similar a la de algunas obras de las artes visuales, o en la música de Laurie Anderson, en la que todos los instrumentos son pequeños fragmentos sintetizados de su propia voz, y las letras, recortes de frases vocales encadenados al azar) pueden incorporarse a jerarquías del gusto y sistemas estéticos establecidos. Esa es, desde ya, la cuestión: derribar las antiguas distinciones entre la cultura superior y la cultura de masas, poner en tela de juicio la idea del artista creativo y autónomo y la definición artesanal del arte que el modernismo perpetuó, mostrar que el arte está en todas partes, no sólo en el cuerpo, sino también

en el desvalorizado paisaje de la cultura de masas. De ahí el surgimiento del arte pop en la década de 1960 y su caracterización como ruptura cultural ligada a la aparición de la contracultura (véanse Hebdige, 1983; Huyssen, 1981; Martin, 1981).

Es importante, en cierto sentido, que la autocomprensión que los artistas tienen de su proyecto en la producción de obras o antiobras de arte posmoderno se exprese únicamente a través de su relación con los críticos y los intelectuales. Suele destacarse que en el caso del posmodernismo los críticos han desempeñado un papel de una importancia sin precedentes, y que «en cierto modo, el posmodernismo se ha convertido en un concepto de los críticos, sin concretarse nunca del todo en un movimiento artístico» (Bradbury, 1983, pág. 325). Aunque desde fines de la década de 1960 ha aumentado la cantidad de artistas que a la vez son teóricos (hecho acompañado por una expansión general de las instituciones artísticas, la publicación de libros y revistas que abordan la teoría del arte y la crítica de la cultura, y de las distintas audiencias que se considerarán más adelante), no debemos pasar por alto la forma en que este fenómeno se relaciona con un proceso de largo plazo de incremento del número y el potencial de poder de los especialistas en producción simbólica desde el siglo XVIII. Desde esa época en adelante hemos contemplado el crecimiento de disciplinas independientes en estética e historia del arte, el aumento de la literatura periódica, la aparición de la crítica como profesión independiente y la expansión de las academias, las exposiciones y los lugares específicos de producción y difusión artísticas: estudios, galerías, escuelas de arte, universidades, museos, etc. (Burglin, 1985-1986). Si hoy se ve que el crítico y el filósofo toman parte de manera más activa no sólo en la formulación de prácticas artísticas sino también en la promoción de determinadas teorías que el artista a continuación intenta expresar, debe subrayarse que esa situación no es única en modo alguno. Como hemos señalado, los miembros del movimiento dadaísta, que surgió hacia fines de la Primera Guerra Mundial, estaban interesados en la desacralización de todas las artes, destacaban el absurdo del esteticismo del «arte por el arte» y deshacían todos los códigos, en especial lo que veían como la absurda cultura de la guerra. La inclinación por el montaje y el ataque contra la

ilusoria unidad de cada texto para mostrar su polisemia revelan la influencia de la filosofía de Nietzsche, y es interesante reparar en que uno de los fundadores del dadaísmo, Hugo Ball, había escrito anteriormente una tesis sobre ese filósofo (Kuenzli, 1987).

En la década de 1970 se advierte en los Estados Unidos un proceso similar, en el que Derrida y la deconstrucción reemplazan a Nietzsche y se los toma como los puntos de referencia fundamentales de la teoría posmoderna, difundida a través de una red mucho más densa de textos secundarios, revistas y comentarios periodísticos. Para tomar un ejemplo, en el campo de la fotografía la teoría de la deconstrucción fue promovida por críticos neoyorquinos como Douglas Crimp, que sostenía que la fotografía ya no podía tener como meta producir originalidad, puesto que las fotos eran siempre repeticiones o cosas «ya vistas». Por eso debían simular y representar imágenes comunes (Cindy Sherman) o volver a fotografiar imágenes inalteradas de fotógrafos de reconocida alta calidad artística (Levine) o imágenes publicitarias (Andre, 1984).

Desde ya, puede afirmarse que el posmodernismo no representa tanto una ruptura o una crisis dentro de un proceso social más amplio, como el síntoma de una crisis más específica en el propio campo de los intelectuales. En realidad, el posmodernismo representa una pérdida de confianza, de parte de los intelectuales, en el potencial universal de su proyecto. La autodevaluación de la aceptación de los bienes intelectuales que se produce al mismo tiempo es una devaluación social más general. De ahí los puntos salientes de la teoría posmoderna, que Hassan (1985) señala y categoriza como tendencias a las *indeterminaciones*, el reconocimiento de la apertura, el pluralismo, la aleatoriedad, el eclecticismo, la incoherencia, el paralogismo, la intertextualidad, el predominio de lo múltiple sobre lo uno; y a las *inmanencias*: la admisión de nuestro fuero interno, nuestra opaca autoconstitución simbólica, nuestra captura en una diseminación y difusión de signos que desrealizan la historia y todas las demás metanarrativas. Se ha sostenido que la aparición de una filosofía antifilosófica y antifundacional, puesta bajo el estandarte del posmodernismo, refleja una pérdida de confianza, entre los intelectuales occidentales, en la superioridad de su proyecto, en su autoridad y capaci-

dad para establecer pautas universales de verdad, moralidad y gusto hacia las cuales progrese la humanidad. Bauman (1988) vincula ese reconocimiento del policulturalismo con un cambio en el papel societal de los intelectuales, lo cual se liga a su vez con el hecho de que hoy el Estado no tiene ya necesidad de legitimación para reproducir la estructura de dominación. El status de los intelectuales se ve más socavado aún a causa de la expansión masiva de la producción de bienes culturales que ellos ya no pueden controlar y sobre los cuales, en rigor, tampoco se los consulta, dado que «propietarios de galerías, editores, directivos de la televisión» y otros «capitalistas» o «burócratas», los «agentes del mercado», arruinan las cosas (Bauman, 1988, pág. 224). Luego diremos algo más acerca del surgimiento de lo que por mi parte preferiría caracterizar como «los nuevos intermediarios culturales» o «nuevos intelectuales» o «paraintelectuales» y las condiciones generales de la inflación en la producción de bienes simbólicos.

Si dirigimos la mirada al campo de los intelectuales (y tenemos presente que el término «intelectual» no es en modo alguno un concepto no problemático que abarca todo un espectro de especialistas en producción simbólica, la gran mayoría de los cuales tiene hoy una base en instituciones académicas), nos sorprenden los paralelos entre su práctica y las prácticas artísticas. Como observa Bourdieu (1983*b*, pág. 4): «A semejanza del artista (. . .) el filósofo se alza como un creador increado, que nada debe a la institución». El «centrismo intelectual» de los intelectuales les impide concebir su práctica como tal, y si bien el antifundacionalismo al que las teorías posmodernas se han aferrado proporciona una crítica necesaria del universalismo filosófico, suele haber una incapacidad para ver ese cambio en términos que no sean dicotómicos, lo cual oscurece los matices diferenciales entre el universalismo y el relativismo, y excluye la posibilidad de que la aparición de esos conceptos mismos tenga que relacionarse con el desarrollo del caudal del conocimiento humano. De ahí que se entienda que la pérdida del universalismo lleva forzosamente al pluralismo y al relativismo, donde la tendencia de los intelectuales sigue siendo la de verse como «creadores increados»: si ya no como creadores de axiomas universales, sí en términos de selectividad, con el acento puesto en la aleatoriedad y la relatividad

de su elección dentro de una gama supuestamente finita de posiciones. La crítica del universalismo (convertido a veces en un espantapájaros en el que es difícil asegurar que alguien crea) excluye la posibilidad de combinar y equilibrar, de distintas formas, universalismo y pluralismo, absolutismo y relativismo, compromiso y distanciamiento. A veces el universalismo se mete por la puerta de atrás, cuando se supone que la rueda de la historia ha venido a detenerse en este conjunto particular de aporías o que por fin hemos tenido la graciosa valentía de atisbar a través de los engañosos esquemas significantes representacionales la eterna condición humana de un hilado de palabras incesante, aunque en última instancia insignificante e inobjetivable. En realidad, lo único que podemos hacer es sumarnos al juego de la significación, y el arte se convierte en el paradigma maestro del conocimiento (Kaufmann, 1986), ya sea en las ciencias, en las ciencias sociales o en las humanidades. Puede recurrirse a ello también para justificar que los teóricos posmodernos escriban una historia «tenue» o filosófica a fin de abonar sus tesis, como sostiene Arac (1986) a propósito de autores como Lyotard y Rorty.

El hecho de concentrarse en la aparente ingenuidad de los intelectuales de antaño, con sus esquemas universalistas, introduce a hurtadillas la idea de nuestro progreso en materia de conocimiento respecto del suyo, con la que reprobar la falsa creencia que tenían en el progreso. Además, no tiene en cuenta la diversidad del campo intelectual ni la relación del posmodernismo con la importante subcorriente contracultural opuesta al fundacionalismo que floreció en la vida intelectual de Occidente por lo menos desde los románticos. Esa tradición buscó desarrollar la relación entre las formas artística e intelectual de teorización, y establecer el gusto estético como criterio del conocimiento y la estetización de la vida como guía para el vivir: tradición en la que habría que colocar a Nietzsche, venerado por teóricos posmodernos, posestructuralistas y deconstructivistas como Derrida, Foucault, Deleuze y Baudrillard (véanse Megill, 1985; Rajchman, 1985).

En los intelectuales que, para deshacer la metáfora de Arac (1986), escriben historias «más densas», en el sentido de que recurren a materiales empíricos para examinar el surgimiento del posmodernismo —aquí Arac menciona a

Anderson, Bell y Jameson—, hay a veces una tendencia a argumentar en favor de la existencia de una difundida cultura posmoderna mediante la interpretación de pruebas tomadas de la experiencia intelectual. Podemos pensar aquí en particular en la obra de Jameson (1984*a*, 1984*b*) y de Berman (1982). Según Jameson (1984*b*), por ejemplo, los dos rasgos básicos del posmodernismo son: 1) la transformación de la realidad en imágenes, y 2) la fragmentación esquizofrénica del tiempo en una serie de presentes perpetuos. El inconveniente es que resulta muy escasa la prueba que se aduce a propósito de cómo llegan realmente a formular esas experiencias los hombres y las mujeres dedicados a las prácticas cotidianas. Por tanto, tenemos que incluir en nuestro análisis el papel empresarial y las estrategias de intelectuales, arquitectos, críticos e intermediarios culturales interesados en promover el nombre y elaborar una pedagogía para el posmodernismo, con la cual se pueden educar a diversos públicos. Además, pese a la insistencia de algunos críticos posmodernos en la intertextualidad y la pluralidad de lecturas de un texto, otros, en contraste con la fragmentación y la diferencia presuntas, suponen una unidad de experiencia anterior al discurso, correspondiente al proceso global de la lógica del capital o la modernización, que da lugar a un conjunto de expresiones que el crítico puede releer como manifestaciones de la unidad de la experiencia (Tagg, 1985-1986). Este sentido de totalidad lleva a totalizaciones como la «edad posmoderna», a subtotalizaciones como «cultura posmoderna» y a la «esfera cultural», expresiones que presuponen una cultura integrada y unitaria, por lo común deducida de un imperativo o un proceso sistemáticos supremos como la «lógica del capital», la «lógica cultural» o el «principio axial» (por ejemplo, Jameson, 1984*a*; Bell, 1976). Las prácticas reales de los grupos específicos que toman parte en las distintas luchas, equilibrios de poder e interdependencias se eluden con claridad cuando se da un salto desde la experiencia hasta el concepto integrador de nivel superior, o viceversa.

En realidad, una sociología del posmodernismo tendría que tomar en cuenta los procesos de competencia, monopolización, desmonopolización y usurpación, y las distintas estrategias de los elementos externos y los establecidos que se producen en diferentes grupos de especialistas en produc-

ción simbólica, en los que el término «posmodernismo» se convierte en una apuesta de la lucha entre grupos. Eso nos llevaría a reunir pruebas que nos permitirían responder a las siguientes preguntas: ¿quién está empleando el término «posmodernismo»? ¿En qué prácticas específicas se lo emplea? ¿Qué grupos se resisten a su uso? ¿Dónde se usa el término, específicamente? ¿Hay sitios particulares del posmodernismo? Parte de las respuestas a esas preguntas que hemos sugerido debería proceder del examen de la aparición, el desarrollo y el empleo del término en campos intelectuales, académicos y artísticos específicos, y de la naturaleza variable de esas prácticas, que llevan a intercambios más amplios entre los campos. Pero también sabemos que esos cambios pueden, a su vez, depender de y ser fortalecidos por otros cambios que ponen en primer plano a un número creciente de intermediarios culturales. La desestabilización de las jerarquías simbólicas existentes puede no producirse, pues, meramente en respuesta a las tácticas usurpatorias y vanguardistas de artistas e intelectuales marginales, sino en términos del crecimiento de la demanda y la capacidad de abastecer bienes simbólicos y culturales de diversos tipos (incluyendo los bienes de la cultura de consumo y no solamente los bienes artísticos e intelectuales). También la aparición de nuevos intermediarios culturales y nuevas audiencias para los bienes simbólicos en la clase media debe ser entendida a partir de los cambios producidos en las interdependencias más amplias de los especialistas estatales, económicos y empresariales y los especialistas en producción simbólica, que forman parte de un proceso de largo plazo en la creciente valoración del arte. Es probable que este proceso continúe no obstante el actual ciclo de recortes y la evaluación más negativa de los especialistas simbólicos cuando el equilibrio de poder se inclina con más fuerza hacia el lado de los especialistas económicos. Podemos considerar ahora algunos de esos cambios.

## Los nuevos intermediarios culturales y los centros del posmodernismo

Es muchísimo lo que se ha escrito en sociología acerca de la nueva clase media. De hecho, se ha sostenido que el surgimiento de la propia sociología puede estar vinculado con el impulso hegemónico de esa clase en su intento por incrementar la valoración social del conocimiento intelectual, los bienes simbólicos y el capital cultural en comparación con el capital económico (Gouldner, 1979). Si bien por momentos esa visión no tiene en cuenta las interdependencias entre los especialistas económicos y simbólicos ni la creciente autonomía de los especialistas económicos y de sus teóricos, quienes hicieron de la economía una ciencia autónoma, que fue de hecho el primer análisis científico de la sociedad (véase Elias, 1984*a*), sí nos remite, no obstante, al desarrollo del potencial de poder de los especialistas en producción y difusión simbólicas en la clase media. En torno del surgimiento y la composición de la nueva clase media y de los problemas que plantea el intento de explicar su papel de acuerdo con la teoría de clases marxista, hay largos debates que son demasiado complejos para que se los trate aquí (véanse Bruce-Briggs, 1979; Burris, 1986; Carter, 1985; Barbalet, 1986). Algunos podrían discutir la terminología y preferir hablar de la «nueva pequeña burguesía» (Bourdieu, 1984) o de la «clase del conocimiento» o la «nueva clase», como hacen Djilas, Galbraith y otros (Bruce-Briggs, 1979). Más recientemente, otros (Lash y Urry, 1987) se han referido a la expansión de la «clase de servicios» (empleados, gerentes y profesionales), que se incrementó prácticamente en medio millón de empleos en Gran Bretaña entre 1971 y 1981, y en este último año representó un 13,2 % de la fuerza laboral frente a un 11% en 1971 (véase Cooke, 1988).

También se ha debatido mucho (en gran parte han sido especulaciones hostiles de periodistas de los medios de comunicación) acerca de la emergencia de los «*yuppies*» (jóvenes profesionales urbanos), considerados como un segmento de elite de la generación del *baby boom* en los Estados Unidos, y se ha sostenido que a este sector de rápido crecimiento pueden sumarse los *yuppies* «psicográficos», los cuales, aunque no pueden considerarse verdaderos *yuppies*, exhiben actitudes similares. Burnett y Bush (1986, pág. 27)

afirman que mientras que el 14% de la generación del *baby boom* (los nacidos entre 1946 y 1964) puede considerarse *yuppies*, cerca del 50% de esa cohorte son «*yuppies* psicográficos», los cuales representan en los Estados Unidos más o menos 30 millones de personas. Aunque hace falta una buena cantidad de investigaciones sistemáticas acerca de sus estilos de vida y sus inclinaciones para verificar en qué medida los *yuppies* son realmente los «consumidores perfectos» egoístas y los hedonistas narcisistas y calculadores que se ha querido ver en ellos (en Hammond, 1986, se hallará un buen punto de partida), la formulación misma del concepto de «*yuppie*» hace que dirijamos la atención a la amplia cohorte de la posguerra, gran parte de la cual tuvo una infancia de relativa prosperidad, alcanzó niveles de educación superior, atravesó la década de 1960 en la adolescencia o con menos de treinta años y en las décadas de 1970 y 1980 entró en gran número en un mercado ocupacional cada vez más competitivo. Es posible que en esta cohorte se haya formado un conjunto diferenciado de gustos y esquemas clasificatorios que pueden llegar a tener un creciente efecto social cuando algunos de ellos alcancen la madurez y lleguen a posiciones de poder en distintas organizaciones.

Pese a que en la definición de la nueva clase media suele incluirse a gerentes, empleadores, científicos y técnicos, el sector en el que deseo centrar la atención es el grupo en expansión de los «nuevos intermediarios culturales» (véase Bourdieu, 1984). Estos se hallan dedicados a la provisión de los bienes y servicios simbólicos a que nos hemos referido antes: comercialización, publicidad, relaciones públicas, producción de radio y televisión, locución y animación, periodismo de revistas, periodismo de modas y profesiones asistenciales (trabajadores sociales, consejeros matrimoniales, sexólogos, dietistas, animadores grupales, etc.). En lo que se refiere al *habitus*, los esquemas clasificatorios y las disposiciones del grupo, cabe señalar que Bourdieu (1984, pág. 370) los ha caracterizado como «nuevos intelectuales» que adoptan una actitud de aprendizaje respecto de la vida. Los fascinan la identidad, la presentación, la apariencia, el estilo de vida y la búsqueda sin término de nuevas experiencias (véanse los capítulos 4 y 6). De hecho, su conocimiento de la gama de experiencias que están a su alcance y la frecuente falta de arraigo en una localidad o una comunidad

específica, más la autoconciencia del autodidacta que siempre desea ser más de lo que es, los llevan a negarse a ser clasificados y al mandato de resistirse a los códigos establecidos, pues conciben la vida como esencialmente abierta. Bourdieu (1984, pág. 371) subraya que su búsqueda de distinción a través del cultivo del estilo de vida, una vida estilizada y distintiva, «hace que *casi* todos dispongan de las poses distintivas, los juegos distintivos y otros signos de riqueza interna que antes estaban reservados a los intelectuales». Fomentan y transmiten activamente el estilo de vida de los intelectuales a una audiencia más amplia, y coinciden con aquellos en la legitimación de nuevos ámbitos como el deporte, la moda, la música popular y la cultura popular como campos válidos del análisis intelectual. Los intermediarios culturales que actúan entre los medios de comunicación y la vida académica e intelectual contribuyen a facilitar la transmisión de programas intelectuales populares en los medios, por ejemplo la serie *Modernity and its Discontents* del canal 4 británico y la serie de la BBC *The Shock of the New* acerca del arte moderno, que promueve a una nueva camada de intelectuales afamados a los que no les desagrada lo popular o, más bien, lo aceptan. De hecho, ayudan a que desaparezcan algunas de las viejas distinciones y jerarquías simbólicas que giran en torno del eje cultura popular/alta cultura. Esta veneración general por los bienes intelectuales y por el estilo de vida artístico e intelectual contribuye así a crear en la clase media, y potencialmente más allá de ella, una audiencia ávida de nuevos bienes y experiencias simbólicas y de la forma de vida intelectual y artística, audiencia que puede ser receptiva a algunas de las formas de sensibilidad integradas y diseminadas en el posmodernismo.

Desde luego, los orígenes de esas formas de sensibilidad pueden remontarse a mucho tiempo atrás, y debe considerarse a estas como parte de un proceso de largo plazo en el que los especialistas en producción simbólica se entregaron, desde los románticos, a una mayor exploración e informalidad emocionales (en lo que pueden contrastarse con los especialistas en producción económica), que favorecen el debilitamiento de las restricciones y facilitan así los fines artísticos y el modo de vida de la bohemia artística. Como es sabido, en la década de 1960 lo que se conoció como «contra-

cultura» atacó las restricciones emocionales y propició un aflojamiento de las pautas formales que regían la vestimenta, la presentación y el comportamiento. En contra de las percepciones populares en ese entonces, Wouters (1986) ha sostenido, siguiendo el enfoque de Elias, que esas manifestaciones de informalidad no son signos de una falta o un derrumbe de los controles sino que dependen, más bien, de un mayor autocontrol. En efecto, para enfrentar emociones peligrosas y dolorosas antes reprimidas son indispensables a la vez un aflojamiento y un grado de control más elevado: un «control descontrolado de las emociones». El aflojamiento de los códigos y los canones menos estrictos de conducta, concomitantes del proceso de informalización, exigían que los individuos manifestaran mayor respeto y consideración en su trato recíproco y fueran capaces de identificarse con el punto de vista de otro y apreciarlo. También propiciaron que en las estructuras organizativas se produjeran cambios orientados hacia una conducción basada en la negociación y no en la orden, y hacia un mayor grado de fluidez en sus estructuras jerárquicas y de flexibilidad en el desempeño de roles (De Swaan, 1981; Haferkamp, 1987). Puede decirse que si bien el proceso de informalización redujo su ritmo a fines de las décadas de 1970 y 1980 (Wouters, 1986, 1987), la «formalización de la informalización» resultante no llevó al desgaste completo de los «logros» de la década de 1960. También puede decirse que sectores de la nueva clase media, los intermediarios culturales y las profesiones asistenciales (llamadas por Martin [1981] «profesiones expresivas») tendrán las disposiciones y la sensibilidad indispensables para abrirse más a la exploración emocional, la experiencia estética y la estetización de la vida. De hecho, la estetización del cuerpo, que ha sido señalada como uno de los elementos del arte posmoderno, requiere por fuerza un descontrol emocional, tanto para producirla cuanto para apreciarla. Del mismo modo, las teorías posmodernas que reconocen o promueven intensidades esquizofrénicas o multifrénicas o un «retorno» a un estadio preedípico decodificado de experimentación de intensidades corporales, también exigen un mayor descontrol emocional. Podría decirse, igualmente, que el estilo de conducción basado en la negociación ha ingresado en las instituciones académicas, con el reclamo y la aplicación por parte de los grupos marginales

de procedimientos y estilos más informales de presentación de obras de arte y de sí mismos. (En este contexto, Pollock [1985-1986] expone un interesante análisis de los cuestionamientos que una nueva generación de jóvenes alumnas dirigen a los anteriores canones de gusto estético y de exhibición de las obras, sostenidos por profesores de escuelas de arte, que en su mayoría son varones.)

La creciente sensibilidad a la estética, el estilo, el estilo de vida y la exploración emocional en la nueva clase media se ha desarrollado en forma paralela al aumento de la cantidad de personas que trabajan como artistas o en ocupaciones de intermediación del arte, y al aumento societal más general del grado de respeto que esas ocupaciones imponen. En realidad, ha habido una «disminución de los contrastes» en que la diferencia con el artista bohemio y marginal se ha vuelto más inteligible y aceptable. En algunos centros, el crecimiento de la cantidad de ocupaciones artísticas ha sido muy marcado. En su estudio del área del Soho de Nueva York, Zukin (1982*a*, 1982*b*) subraya que en la década de 1960 las estimaciones del número de artistas que trabajaban en esa ciudad oscilaban entre los 1.000 y los 35.000, mientras que los datos del censo de comienzos de la década de 1970 señalaban alrededor de cien mil. El incremento en el número de puestos de trabajo fue, en parte, resultado del creciente patrocinio oficial de las artes (véase DiMaggio y Useem, 1978) y el cambio de actitud de algunos dirigentes empresariales en relación con el arte. En los Estados Unidos, la cantidad de ocupaciones artísticas en instituciones educativas y culturales apoyadas por el Estado también creció rápidamente desde 1965. Uno de los efectos fue la reducción de la distancia entre las ocupaciones artísticas y el resto, y en las artes surgió la posibilidad de disfrutar de una trayectoria profesional relativamente segura, lo cual aproximó la «visión artística» a la visión de la clase media común. Zukin (1982*a*, pág. 436) señala que, «lejos de "espantar a la burguesía"» el arte se transformó en la visión estética de la burguesía». Este sesgo dio nacimiento a una generación de profesionales, antes que de visionarios e innovadores. El arte se volvió menos elitista y más «profesionalizado» y «democrático». Como parte de ese proceso, el área del Soho del bajo Manhattan, en Nueva York, se jerarquizó y los miembros de la nueva clase media y alta se trasla-

daron a un área declinante del centro de la ciudad para remodelarla como centro de consumo cultural: «la Disneylandia del esteta», según la caracterizó una revista (citado por Jackson, 1985). En otras grandes ciudades occidentales se han producido procesos paralelos gracias a una combinación de la promoción oficial de las artes resultante de las estrategias de políticos locales y nacionales, y de la adopción de nuevas estrategias de inversión de capital por parte de hombres de negocios y financistas. En esos centros de arte hay una creciente interdependencia manifiesta entre las figuraciones de los artistas, de los intelectuales y de diversos intermediarios culturales y diversos públicos y audiencias. Aun cuando algunos representantes de la comunidad de los negocios y, sobre todo, políticos profesionales que, como Margaret Thatcher, se ven como guardianes de los valores de la vieja pequeña burguesía, expresen su profundo disgusto por esos especialistas simbólicos más recientes y procuren reducir los gastos oficiales en arte, el mercado, inflado con la aparición de una nueva generación de inversores en arte, sigue adelante. De hecho, bajo la presión del dinero fresco, «el mercado de arte», dice un vocero de Sothebys de Nueva York, «ha alcanzado un punto en que es casi un negocio más» (*Independent*, 28 de mayo de 1987).

Por eso, la configuración más amplia, que ha reunido a políticos profesionales, funcionarios de la administración gubernamental, políticos locales, hombres de negocios, financistas, *marchands*, inversores, artistas, intelectuales, educadores, intermediarios culturales y públicos, ha dado lugar a nuevas interdependencias y estrategias que han modificado los equilibrios de poder y han generado alianzas entre grupos que antes muy posiblemente creían antagónicos sus intereses.

En términos más generales, en la década de 1980 el equilibrio de poder puede haberse alejado de los centros donde se emplea en gran número a académicos, artistas, profesionales asistenciales e intermediarios culturales, en beneficio de los centros comerciales y administrativos que durante mucho tiempo se desenvolvieron en una situación de tensión y de oposición hacia sus oponentes menos poderosos (Wouters, 1987). Desde ya, un equilibrio de tensiones como ese, lo mismo que las estrategias, las interdependencias, las rivalidades y los conflictos peculiares que origina,

se produce hoy en una configuración de personas amplia y de gran alcance, lo que puede hacer más ardua su caracterización. De todos modos, merece que se lo investigue sociológicamente de manera más detallada y sistemática, y para ello puede ser provechoso basarse en estudios de procesos similares. Como dice Wouters (1987, pág. 424), en algunos aspectos

«el equilibrio de tensiones entre los centros académicos, artísticos y de asistencia social y los centros comerciales y administrativos se aproxima al que describe Elias entre la nobleza y la *Intelligenzia* burguesa en la Alemania del siglo XVIII. En ese entonces había una distinción similar entre la "profundidad (de sentimientos)", la "verdadera virtud" y la "honestidad" (de la *Intelligenzia* burguesa) y la "superficialidad", la "falsedad", la "etiqueta" y la "cortesía exterior" (de la nobleza)».

Por supuesto, como ya hemos señalado, nos hallamos hoy en una configuración y un conjunto de equilibrios de poder más amplios, en los que intervienen más grupos que en el caso de la *Intelligenzia* burguesa (*Bildungsbürgertum*) y la nobleza de la Alemania del siglo XVIII, pero el ejemplo puede ser instructivo y ayudarnos a desarrollar una sociología del posmodernismo.

## El posmodernismo y la estetización de la vida

En una influyente compilación de trabajos sobre la cultura posmoderna (Foster, 1984) se incluye un artículo de Ulmer titulado «The Object of Post-Criticism», en el cual, con argumentos fuertemente basados en Derrida, el autor sostiene que el crítico no debería intentar seguir la antigua modalidad de procurar dar una representación verdadera o correcta del texto o de sus significados; antes bien, debería tener la libertad de emprender, parasitaria y lúdicamente, una escritura no lineal a fin de subvertir los conceptos y las estrategias centrales del texto. Como sostiene Kauffmann (1986, pág. 187), una propuesta así, lo mismo que la exigencia de una «pedagogía posmoderna», ponen en tela de juicio

«la distinción entre arte y crítica, al afirmar que también la escritura crítica debe ser artística». Una valoración parecida del arte, según la cual «los artistas son los héroes» que expresan los límites de nuestro mundo al explorar la «fuente» y los límites mismos de nuestro lenguaje, se advierte en la obra de Foucault (Rajchman, 1985; véanse también Wolin, 1986*a*; Megill, 1985). Uno de los problemas que plantea esta transgresora estrategia reside en que tiene como blanco al consumidor pequeñoburgués intolerante, que es incapaz de concebir al «otro», que valora más el habla que la escritura, etc. Pero es posible que, si examinamos los cambios de largo plazo que han llevado a la prominencia de los especialistas en producción y difusión simbólicas, se advierta que una postura semejante halla resonancia en una audiencia mucho más amplia, y ello no porque hayamos sido testigos del fin del pequeño burgués tradicional susceptible de escandalizarse: lejos de eso. En realidad, en la nueva clase media puede haber un número creciente de personas que acepten que la vida estética es la vida éticamente buena, que no hay una naturaleza humana o un verdadero yo, que somos una colección de cuasi yos, y que la vida es susceptible de recibir una forma estética (Shusterman, 1988). El deseo de aprender y enriquecerse continuamente, de buscar siempre nuevos valores y vocabularios, la curiosidad infinita en la que el artista y el intelectual son héroes, que algunos posmodernistas defienden (Shusterman se refiere específicamente a Rorty), tiene tras de sí una larga historia que puede rastrearse hasta los románticos. También está en consonancia con la preocupación por el estilo, la estilización de la vida, el lema «no hay reglas, sólo elecciones» del estilo de vida siempre renovable, que se hallan en la nueva clase media y que ellos, como intermediarios culturales, intentan difundir a una población más amplia.

La insistencia en la justificación estética de la vida como una corriente más difundida en nuestra cultura tropezó en algunos (como Bell, 1976) con un lamento nostálgico y el llamamiento a un renacimiento religioso, y en otros (como Jameson, 1984*a*; en O'Neill, 1988, se hallará un análisis de estas posiciones) con un lamento, igualmente nostálgico, para preservar la posibilidad de una utopía marxista o de una verdadera «sociedad racional». El propio Jameson (1984*c*) ha tratado el engañoso problema de revisar exhaustiva-

mente el posmodernismo en busca de rasgos progresivos y regresivos, pero tampoco él pudo evitar que Hutcheon (1987, pág. 23) lo aleccionase irónicamente señalándole que su anterior postura —que Jameson definía como «modernismo progresista»— de denigrar (junto con Eagleton) la posición realista de Lukács por pasada de moda se ve comprometida ahora por la adopción de una actitud de hostilidad reaccionaria hacia el posmodernismo. Esas son las aporías de quienes desean juzgar y evaluar el posmodernismo. Surgen de la dificultad de intentar comprender el comienzo de lo que puede ser un nuevo movimiento, en cuyos síntomas estamos inmersos y comprometidos, y apuntan a la necesidad de comprender el surgimiento del posmodernismo como parte de un proceso de largo plazo que ha llevado al incremento del potencial de poder de los especialistas en producción y diseminación simbólicas: en rigor, a la necesidad de trabajar con vistas a una sociología del posmodernismo y no a una sociología posmoderna.

# 4. Cambio cultural y práctica social

El hecho de que el término «posmodernismo» alcanzara particular relieve ha suscitado muchísimo interés en los académicos y los intelectuales. Mientras que algunos lo desechan entendiendo que se trata meramente de una moda intelectual pasajera y superficial, otros consideran que representa una profunda ruptura no solamente con el modernismo artístico sino también con la modernidad en un sentido más general. Esa ruptura acarrea como resultado el rechazo de todas las manifestaciones culturales de la modernidad por considerárselas obsoletas, y aquí habría que entender el término «cultura» en una acepción más vasta que no abarca solamente la producción en las artes sino también en las esferas de la ciencia, el derecho y la moralidad, que Weber veía en el origen y como parte del proceso de diferenciación de la modernidad. La inversión de ese proceso de diferenciación, o *«desdiferenciación»*, como la llaman algunos, sugiere también una transformación de vastos alcances de la naturaleza de la producción cultural y los regímenes de significación (véase Lash, 1988). Las implicancias del presunto pasaje a lo posmoderno consisten entonces en poner de relieve la significación de la cultura con una doble insistencia en: 1) la aparición de nuevas técnicas de producción y reproducción cultural que transforman las experiencias y las prácticas cotidianas, y 2) el cuestionamiento de la codificación cultural profunda de la modernidad, que atribuía al conocimiento un status fundacional, en el sentido de que la ciencia, el humanismo, el marxismo o el feminismo pretendían o aspiraban a ofrecer a la humanidad orientaciones autorizadas tanto para el conocimiento del mundo como para la acción práctica en él. Por consiguiente, el posmodernismo ha suscitado cuestiones de vastos alcances sobre la naturaleza del cambio cultural y del vínculo metateórico subyacente con que procuramos analizarlo.

Como lo han observado muchos críticos, uno de los problemas que enfrentan quienes, como Lyotard, presentan el posmodernismo como el fin de los grandes relatos maestros estriba en que también ellos tienen necesidad, para explicar la aparición de lo posmoderno, de una metanarrativa que incluye forzosamente alguna teoría de la sociedad y del desarrollo social que culmina en la presunta ruptura (véase, por ejemplo, Kellner, 1988). El hecho de que hasta ahora muchos de los teorizadores de lo posmoderno hayan procedido así a partir de un trasfondo filosófico, literario o humanístico, unido a la lógica antisustantivista y antiprobatoria de sus teorías, indica que lo que en los círculos de las ciencias sociales antes se consideraban hechos y se trataba con cierto grado de cautela, puede abordarse ahora de manera más desenvuelta; en sus peores excesos, el posmodernismo puede justificar la escritura de historias «tenues», el «todo vale» o el uso personal de las pruebas para respaldar la tesis del eclipse de la verificabilidad. A veces, esto suele acompañarse de la tendencia a generalizar y leer la transformación de los procesos y prácticas sociales a partir de pruebas espigadas del análisis de textos literarios y artísticos considerados como precursores del nuevo orden social «desordenado».

Uno de los méritos de la obra de Fredric Jameson ha sido el de haber intentado recorrer esa particular cuerda floja: tratar el posmodernismo de manera seria y comprenderlo como signo de una transformación cultural de magnitud e intentar al mismo tiempo explicarlo en términos de procesos sociales, así como *evaluarlo* para estimar su significado práctico. La obra de Jameson (1984*a*, 1984*b*, 1984*c*, 1987) acerca del posmodernismo ha ejercido mucha influencia, en tanto no sólo ha buscado identificar y comprender la cualidad particular de las experiencias culturales llamadas «posmodernas», sino también situarlas en un marco social. La teoría de la sociedad y el desarrollo sustentada por Jameson deriva del marxismo, y sitúa el posmodernismo como dominante cultural asociada al movimiento que en la etapa posterior a la Segunda Guerra Mundial conduce al capitalismo tardío. En este capítulo examinaré algunos de los aspectos de la caracterización que Jameson hace del posmodernismo, en particular su uso de la cultura. Se sostendrá que Jameson nos remite a los procesos y la estructura sociales en los que debe comprenderse y explicarse el posmodernismo. En

este sentido, su esfuerzo por totalizar —blanco de muchas críticas de parte de autores posmodernistas y otros— es elogiable (véanse During, 1987; O'Neill, 1988). Pero sostendré también que la manera en que Jameson sitúa la cultura dentro del capitalismo tardío, centrándose en las experiencias culturales y no en las prácticas culturales, plantea problemas.

## Capitalismo tardío y práctica social

Jameson (1984*b*, pág. 125) alude con insistencia al posmodernismo como lógica cultural del capitalismo tardío y analiza las formas en que cambios culturales como el representado por él «expresan la lógica más profunda» del sistema social capitalista «tardío, de consumo o multinacional». Su periodización, según la cual este tercer estadio del capitalismo es un capitalismo multinacional posterior a la Segunda Guerra Mundial, sigue al esquema de Mandel en *Late Capitalism* (1975). Aparte del reduccionismo consistente en ver los cambios históricos como consecuencias de la lógica de la acumulación de capital y los cambios tecnológicos, su análisis se acompaña de una clara periodización cultural. De esta manera, para Jameson (1984*a*, pág. 78) el realismo corresponde al capitalismo de mercado, el modernismo al capitalismo monopolista y el posmodernismo al capitalismo tardío, multinacional o de consumo. Desde esta perspectiva, parece considerarse que la cultura se desarrolla en «los niveles superestructurales» (Jameson, 1984*d*, pág. xv). Aunque Jameson intenta huir tímidamente de las implicancias economicistas de esa postura, es claro que su visión de la cultura se mueve en gran medida dentro de los límites de un modelo de base y superestructura, que conlleva toda una serie de problemas que examinaré aquí.

Al margen del hecho de que lo que Mandel asocia con el capitalismo tardío es el alto modernismo y el estilo internacional, no el posmodernismo (véase Cooke, 1988), no advertimos la propagación supuestamente pareja del modernismo en las sociedades del capitalismo monopolista. En verdad, es notable la desigualdad de su distribución geográfica: en el Occidente desarrollado, Inglaterra y los países

escandinavos apenas originan movimientos modernistas sostenidos, en tanto que Alemania, Italia, Francia, Rusia, los Estados Unidos y los Países Bajos sí lo hacen. Por tanto, es dificultoso enlazar movimientos artísticos con estadios específicos del desarrollo del capitalismo.

Además, enfoques como el de Jameson propenden a ver la historia como resultado de una inexorable lógica evolutiva específica y reducen la importancia del papel desempeñado por las clases, los movimientos sociales y los grupos en la creación de las condiciones previas para esa lógica, en sus distintos equilibrios de poder, interdependencias y luchas por la hegemonía. En realidad, nuestra atención no debería centrarse únicamente en los sistemas de teorización del capital de nivel superior y relativamente abstractos, sino en la forma en que el capitalismo ha sido practicado por grupos, clases y fracciones de clases específicos. Podemos referirnos aquí al debate entre E. P. Thompson y Perry Anderson acerca de las «peculiaridades de lo inglés» desarrollado en la década de 1960, y la consideración retrospectiva que Anderson (1987) hizo de él. Anderson defiende su antigua posición y subraya el papel de la aristocracia terrateniente en el control de la sociedad inglesa durante el siglo XIX. En efecto, no se trata sencillamente de que el feudalismo se esfuma y la burguesía reina soberana; antes bien, contrariamente a la teoría establecida, los propietarios siguieron siendo la clase hegemónica en la Gran Bretaña victoriana (Wiener, 1981). Por eso parecería importante reconocer los diferentes equilibrios de poder y trayectorias de dominación en las distintas sociedades capitalistas, y contrarrestar las tendencias a hacer lecturas económicas con lecturas más sensibles a las diferencias culturales, o lo que Richard Johnson (1976, 1979) ha llamado «culturalismo».

En relación con la caracterización general que Jameson hace de la cultura, pueden formularse varias observaciones. La primera se refiere a su señalamiento del papel de la cultura en el capitalismo tardío como una profusión cultural única producida por la lógica de la forma de la mercancía. Jameson (1979, pág. 131) ha escrito, por ejemplo, que la cultura es «el elemento mismo de la propia sociedad de consumo; ninguna sociedad ha estado jamás tan saturada de signos y de imágenes como esta». Más recientemente, incorporó esta afirmación a sus escritos sobre la cultura posmo-

derna, cuando se refiere a la destrucción de «la semiautonomía de la esfera cultural», a la que reemplazará «una prodigiosa expansión de la cultura a lo largo de todo el dominio social, a tal punto que (. . .) puede decirse que todo en nuestra vida social se ha vuelto "cultural"» (Jameson, 1984*a*, pág. 87).

La primera observación que quisiera hacer acerca de esta afirmación se refiere al contraste que implica entre las sociedades del capitalismo tardío, culturalmente saturadas, y otras sociedades. Si se funda en el supuesto de que el capitalismo del siglo XIX era más puramente económico y que las transacciones y las interacciones sociales se basaban en el mero valor de cambio, que consideraba los bienes como utilidades y no como signos-mercancías, entonces algunos antropólogos y sociólogos no lo aceptarían. Es posible concebir «la cultura de la economía», o la apoyatura cultural del comportamiento económico, como lo hace Elwert (1984), quien, siguiendo a Durkheim, se refiere a «la economía culturalmente imbricada». Sahlins (1974, 1976), Douglas e Isherwood (1980) y Leiss (1983) han señalado por igual el papel que los bienes desempeñan como «comunicadores», como signos culturales, tanto en las sociedades «primitivas» como en las modernas. Por tanto, debemos considerar con seriedad ideas referentes a la cultura de la producción, y no centrarnos sólo en la producción de cultura. Las propias transacciones económicas se desarrollan en una matriz cultural de supuestos que se dan por sentados, a los que no se debe naturalizar. En su estudio del nacimiento de la cultura del mercado en Francia, Reddy (1984) ha sostenido que la idea de que las sociedades capitalistas se transformaron en una sociedad competitiva de mercado es en gran medida un espejismo. En vez de pensar en un mercado laboral eficaz vigente en Inglaterra y Francia en el siglo XIX, lo cual no es el caso, tenemos que reformular este mito económico de la revolución industrial, para considerar la exigencia de una competencia desregulada y el supuesto de que las personas están motivadas por la obtención de ganancias como elementos de una nueva cultura, una cultura del mercado, que progresivamente se infiltró en el discurso. Es preciso, además, que nos preguntemos cómo se transmitió y se sostuvo ese discurso, lo cual implica la necesidad de examinar el aumento del potencial de poder de los especialistas económicos

y un cambio en su relación con otros grupos. Elias (1984*a*), por ejemplo, nos alertó sobre la forma en que la creciente autonomía de fenómenos sociales como los mercados debe ser puesta en relación con el crecimiento del potencial de poder de verdaderos especialistas económicos en el comercio, los negocios y la industria y la mayor autonomía de la reflexión sobre esos fenómenos (la aparición de una ciencia de la economía). Por eso es preciso investigar la sociogénesis de la economía y de la esfera económica y el decisivo papel de la cultura en ese proceso.

Además, si consideramos a otros escritores que, como Baudrillard, han explorado la lógica de la forma de la mercancía e investigado la profusión de imágenes y el crecimiento de una sociedad de simulacros que es semejante a la sociedad posmoderna de la que habla Jameson, hallamos algunas conclusiones muy distintas. En *The Mirror of Production* (1975) y *For a Critique of the Political Economy of the Sign* (1981), Baudrillard ha teorizado la lógica de la mercancía para señalar que en el capitalismo esta última se ha convertido en un signo en sentido saussureano, con su significado arbitrariamente determinado por su posición en un sistema autorreferencial de significantes. Por tanto, podemos hablar de signos-mercancías y del consumo de signos; en un trabajo anterior —«Reification and Utopia in Mass Culture» (1979)—, Jameson seguía a Baudrillard hasta allí, y hubiera estado de acuerdo con su visión de que la cultura de consumo y la televisión han producido un hartazgo de imágenes y signos que dieron origen a un mundo de simulacros que borra la distinción entre lo real y lo imaginario: una alucinación estetizada y sin profundidad de la realidad. Con todo, para Baudrillard ese descubrimiento del nihilismo que está en el corazón de la lógica de la forma de la mercancía capitalista —Nietzsche que completa a Marx (Kroker, 1985)— es tal que rompe con «todas las ilusiones referenciales». Para emplear una de las metáfora favoritas de Baudrillard (1983*a*), todos los dominios privilegiados de finalidades —el trabajo, el valor de uso, el sexo, la ciencia, la sociedad, la emancipación humana y sus teorizaciones (lo que Lyotard [1984] llama «metanarraciones»)— son absorbidos por un «agujero negro». Para Baudrillard, pues, la lógica de la producción de mercancías ha provocado una peculiar inversión en la que la cultura, antes determinada,

pasa ahora a flotar libremente y a ser determinante, al punto de que hoy podemos hablar del triunfo de una cultura significante y no podemos hablar ya de clase o de normatividad, que pertenecen al estadio anterior del sistema, pues las personas se reducen a una masa pegajosa que se niega a estabilizarse en su absorción, reflejo y parodia cínica de las imágenes mediáticas. De acuerdo con Baudrillard (1983*b*), esa masa no es manipulada ni manipulable.

Jameson sigue claramente a Baudrillard en su pintura de la sociedad de consumo como saturada de signos, mensajes e imágenes, y añade que «las prioridades de lo real se invierten, y todo es mediado por la cultura, al punto de que aun los "niveles" político e ideológico tienen que desenredarse inicialmente de su modo primario de representación, que es cultural» (Jameson, 1979, pág. 139). A partir de nuestro análisis precedente resulta claro que la distinción entre sociedades culturalmente saturadas y sociedades no culturalmente saturadas reclama un grado más alto de especificidad. Como veremos más adelante, es una distinción que deshace la confusión de dos significados de «cultura»: el significado antropológico o cotidiano, de acuerdo con el cual todas las sociedades comprenden prácticas significantes, y el que implica el sentido de «alta cultura», el producto de especialistas en producción simbólica, cuya conquista de potencial de poder a partir del siglo XVIII dio lugar a la idea de una esfera cultural autónoma con pretensiones de producir orientaciones culturales universales para las prácticas sociales. El supuesto de que esa esfera cultural privilegiada ha sido desgastada por la profusión de imágenes y signos culturales de consumo masivo pasa por alto el largo proceso de competencia e interdependencias entre los agentes del mercado, la cultura de consumo o de masas y la alta cultura especializada. Podemos examinar esto explorando otros dos aspectos.

Muchos comentaristas estarían de acuerdo con la afirmación de Jameson de que la cultura del posmodernismo —o del capitalismo tardío o de la sociedad posindustrial— está menos unificada que la del capitalismo precedente (véanse Bell, Touraine y Habermas). Sin embargo, también en este caso existe el peligro, antes considerado, de que dicha perspectiva esté acompañada por una falsa dicotomía que implícitamente ve a la cultura de las sociedades tradi-

cionales como integrada y unificada. Ese punto de vista ha sido sistemáticamente criticado por Norbert Elias (1978*b*, 1982), la escuela de los *Annales* (véase D. Smith, 1988) y Abercrombie *et al.* (1980), gran parte de cuya investigación muestra que no es posible presentar la cultura popular de los siglos XV, XVI y XVII simplemente como una precursora, relativamente poco elaborada, de desarrollos posteriores. Por desdicha, muchos comentaristas sucumben a la escritura de «historias tenues» en las que intentan retroceder desde los trastornos del capitalismo del siglo XIX hasta algún punto de estabilidad y unidad orgánica preindustrial, situado por lo común antes de 1750, y pasan por alto la naturaleza compleja y estratificada de la cultura popular y sus inversiones rituales, tales como los carnavales, los festivales y las ferias (véase Easton *et al.*, 1988, pág. 20). Por eso es cuestionable la afirmación de que los parámetros de orden y de desorden se aplican respectivamente a la modernidad y a la posmodernidad. Lyotard también sostiene que pueden hallarse rastros de esta nostalgia en la tesis de Baudrillard de que el posmodernismo ha llevado al fin de lo social, la desintegración del vínculo social que convierte la sociedad en una masa amorfa. Para Lyotard (1984, pág. 15), ese es un punto de vista «obsesionado por la representación paradisíaca de una "sociedad orgánica" perdida», observación que sugiere que «la muerte de Dios» y el debilitamiento de los grandes relatos pueden ser un problema mayor para los intelectuales y su búsqueda de un conocimiento apodíctico, esto es, el carácter central que las creencias cognitivas ostentan en sus prácticas, en contraste con las de los hombres y las mujeres corrientes. En vez de sucumbir a la nostalgia de los intelectuales, como observan Stauth y Turner (1988), debemos reconocer que versiones específicas de la cultura son sustentadas y manejadas por distintos grupos, en su lucha por apropiarse de los signos y emplearlos de acuerdo con sus intereses particulares.

A menudo se ha advertido que la distinción entre alta cultura y cultura de masas ha sido empleada de ese modo por intelectuales cuyo disgusto por esta última y su preferencia por la alta cultura elitista también trasuntan una nostalgia (B. S. Turner, 1987). Según concluyen algunos comentaristas, el cambio que lleva a la cultura posmoderna, con su erosión de la distinción entre cultura de masas y alta

cultura, amenaza particularmente a los intelectuales. Jameson (1984*b*, pág. 112), por ejemplo, escribe:

«Este es quizás el desarrollo más penoso de todos desde el punto de vista académico, que tradicionalmente ha tenido intereses creados en preservar un dominio de alta cultura o cultura de elite frente al ambiente circundante de filisteísmo, baratijas y *kitsch*, series de televisión y cultura del *Reader's Digest*, y en transmitir a sus iniciados complejas y difíciles habilidades para leer, escuchar y ver».

Por supuesto, los académicos sí tienen interés en recuperar las inversiones que han hecho en la acumulación de su capital cultural, y hay que ver el baluarte contra la cultura popular y las lecturas no privilegiadas de textos académicos consagrados y «difíciles» en toda la institución académica, con su pedagogía, sus exámenes, sus procedimientos de arbitraje y su «rigor». Pero acaso Jameson presente en este punto una visión demasiado homogénea de los intelectuales. No todos ellos se sientan a contemplar con horror la erosión de la alta cultura. Podemos pensar más bien en algunos grupos, como los intelectuales marginales, que tal vez vean la amenaza al orden establecido con menos preocupación y, a decir verdad, pueden incluso procurar apresurar el proceso proclamando las virtudes de la cultura popular, masiva y posmoderna. Ese ataque al sistema de clasificación existente, en nombre de la igualdad y la democracia, puede estar seguido a su vez por un intento de reconstituir la jerarquía simbólica en favor del grupo marginal. Por cierto, aún no estamos en una situación de remonopolización y bien puede ser que hoy esa no sea ya una posibilidad realista, pero puede sostenerse que la apertura de las categorías culturales crea un espacio en que tienen demanda nuevas interpretaciones, lecturas y traducciones de los bienes de la ahora aceptada cultura popular o de masas, y en el dominio académico se advierten todas las señales de que eso llevará a la institucionalización de nuevas pedagogías para guiar a los iniciados. En el final de este capítulo volveremos al tema de los intelectuales y el posmodernismo; baste ahora con decir que la fase actual de desclasificación cultural dentro y fuera del dominio académico, que ha suscitado interés en la cultura popular y el posmodernismo, puede socavar el poder

de algunos especialistas simbólicos y brindar a la vez grandes oportunidades a otros especialistas simbólicos e intermediarios culturales.

## Experiencia *versus* práctica

La siguiente observación a propósito del enfoque de Jameson que quisiera formular se relaciona con el hecho de que este autor se concentra en la experiencia del posmodernismo en desmedro de sus prácticas. Parecería importante distinguir entre la experiencia que el comentarista tiene del posmodernismo y las experiencias específicas de grupos y fracciones de clases que emplean bienes culturales posmodernos en prácticas particulares. Este segundo aspecto puede conllevar un análisis del modo en que los especialistas en producción simbólica (artistas, intelectuales, académicos) emplean el posmodernismo en sus prácticas y, asimismo, del modo en que miembros de determinados grupos (las audiencias y los públicos) usan bienes y experiencias posmodernos específicamente señalados, así como las experiencias que los críticos consideran como tales (pero que para los receptores pueden carecer de una denominación), en particular las prácticas cotidianas. Para tomar un ejemplo relacionado con la obra de Marshall Berman (1982) acerca de la modernidad, Janet Wolff, en un artículo titulado «The Invisible *Flâneuse*» (1985), objeta que aquel restrinja la experiencia de la modernidad a la vida pública. Berman, siguiendo a Baudelaire, entiende que el *flâneur*, el paseante de los espacios urbanos anónimos de la ciudad moderna, experimenta las conmociones y sacudidas de los estímulos impersonales de las impresiones recogidas en la multitud. Pero Berman, en su exposición, no deja lugar para la *flâneuse*, y la falta de una descripción de la experiencia femenina de la modernidad es difícil de justificar por la limitada capacidad de las mujeres de aparecer en la vida pública. Antes bien, la experiencia que las mujeres tienen de la modernidad en la esfera privada constituye un elemento relacional importante, aunque ausente, en cualquier descripción de la experiencia de esa modernidad.

La misma argumentación podría aducirse en relación con los dos rasgos básicos del posmodernismo identificados por Jameson (1984*b*, pág. 15): la transformación de la realidad en imágenes y la fragmentación del tiempo en una serie de presentes perpetuos. En relación con el primer aspecto, en forma similar al análisis de Baudrillard de la cultura imaginística posmoderna, Jameson se refiere al *pastiche* y los simulacros, a la diversidad y la heterogeneidad estilísticas que llevan a la pérdida del referente, «la muerte del sujeto» y el fin del individualismo. Debemos preguntarnos una vez más quién está experimentando esa pérdida y si corremos el riesgo de sucumbir a la nostalgia por un referente que en la *longue durée* pudo haber sido de escaso interés en las prácticas diarias de determinados grupos de la clase baja. Además, las investigaciones de la práctica de ver televisión han puesto de manifiesto que en diferentes grupos se llevan a cabo toda una serie de actividades diferentes: comer, hablar, trabajar, tener relaciones sexuales, etc. Por otra parte, la recepción y la interpretación reales de los programas son tamizadas por un *habitus* de clase particular (Mullin y Taylor, 1986; Leal y Oliven, 1988). También es importante advertir que la actividad de ver televisión puede correlacionarse con la clase y la edad. Quienes tienen menos capital, los ancianos y las clases bajas, son los que más ven, y la práctica disminuye a medida que se asciende en la escala de clases y se desciende en la escala de edad. Para los grupos de clase media, la televisión representa un recurso que se emplea en encuentros sociales y se relaciona con la importante necesidad de crear y mantener contactos sociales en las actividades de tiempo libre de esos grupos. Por eso ver televisión es un enclave. La televisión no es el mundo, y debemos investigar sus usos sociales diferenciales (cf. DiMaggio, 1987).

En cuanto al segundo rasgo, la fragmentación del tiempo en una serie de presentes perpetuos, el paradigma de Jameson es aquí la esquizofrenia. (Incidentalmente Baudrillard [1983*b*] también ha señalado que la fragmentada percepción del mundo que tiene el espectador televisivo que salta de un canal a otro induce una esquizofrenia, que es un elemento del posmodernismo.) Se entiende que la esquizofrenia es el derrumbe de la relación entre significantes, el derrumbe de la temporalidad, de la memoria y de un sentido

de la historia. La experiencia del esquizofrénico es la de «significantes materiales aislados, desconectados, discontinuos, que no se enlazan en una secuencia coherente» (Jameson, 1984*b*, pág. 119). Aunque no conoce, por lo tanto, una identidad personal y no tiene proyectos, la experiencia indiferenciada inmediata de la presencia del mundo lo lleva a ser sensible a las *intensidades*: experiencias vívidas, vehementes, que son portadoras de «una misteriosa y opresiva carga de afecto» (Jameson, 1984*b*, pág. 120). Esta pérdida del sentido narrativo de la vida del individuo y el carácter desconectado de la experiencia se enlazan bien, por tanto, con el primer factor señalado por Jameson: la transformación de la realidad en imágenes. Es difícil hacer un comentario apropiado de la supuesta inducción de intensidades esquizofrénicas por el posmodernismo, de modo que me limitaré a hacer dos breves observaciones.

Primero: ¿en qué medida distintas subculturas religiosas y artísticas han celebrado a través de los tiempos la idea de esas vívidas intensidades con el auxilio de la catarsis grupal, las drogas y otros medios? Por lo general, esos experimentos liminales están bien delimitados y funcionan como áreas de exceso separadas de la serialidad de la vida cotidiana. También puede evocarse aquí el análisis del carnaval de la Edad Media hecho por Bajtin, Ladurie y otros autores (Stallybrass y White, 1986; Featherstone, capítulo 5 de este volumen). Es necesario investigar si los individuos que no pertenecen a esas subculturas, u otros grupos, al margen de determinadas ocasiones bien definidas, experimentan intensidades mayores y una pérdida del sentido de la historia. Jameson es pasible, pues, del reproche de incurrir en una generalización excesiva y de falta de sensibilidad a la concreción histórica. Su interés por totalizar y relacionar los cambios culturales con épocas bien definidas implica que subestima la diferenciación de la cultura en las sociedades precapitalistas y, por tanto, la singularidad de los elementos de lo posmoderno. Para ilustrar su teoría, Jameson presenta ejemplos muy vívidos y muy sugerentes, pero son sólo ejemplos y sólo ilustrativos. Se percibe escaso interés en las contratendencias y en la apertura y la contingencia de la estructura vivida de la historia tal como la producen y la reproducen, aunque ciegamente, grupos de individuos que en su vida cotidiana están inmersos en luchas competitivas e

interdependencias. Esta podría ser la objeción usual que un especialista en ciencias sociales dirige a las modalidades más exploratorias y francamente imaginísticas de escritura comunes en las humanidades. Pero es fundamental también para la aparición y el problema del posmodernismo, que ha reunido en un terreno común a especialistas procedentes de las humanidades y de las ciencias sociales. Los intereses totalizadores de Jameson y sus intentos de esbozar una teoría social del posmodernismo lo colocan firmemente, no obstante, en la órbita de la ciencia social y lo exponen necesariamente a sus criterios de juicio y de rigor. Esto es especialmente así en la medida en que es notorio que Jameson no quiere convertirse en defensor de los nuevos métodos y practicar el posmodernismo en sus escritos, lo cual se relaciona con su deseo de permanecer fuera de él para explicarlo y juzgarlo.

En segundo lugar, la teoría de Norbert Elias en *The Civilizing Process* (1978*b*, 1982), que describe la internalización de controles externos y la creciente coacción emocional que acompañan el proceso de formación del Estado, ha sido modificada recientemente por Cas Wouters (1986), quien ha trabajado estrechamente con Elias para tomar en cuenta tendencias que parecen ir en contra de ese rumbo, como la relajación de los controles emocionales que se produjo en la década de 1960. El proceso de informalización resultante, un contramovimiento en el desarrollo en espiral del proceso civilizatorio, subraya que en determinados momentos la balanza puede inclinarse hacia un «descontrol controlado de las emociones» en el que pasan a estar permitidas y hasta se vuelven obligatorias (y yo agregaría que especialmente para la nueva clase media) formas de conducta y modos de exploración de las emociones que anteriormente estaban prohibidos y se acompañaban de fuertes sanciones interpersonales y psíquicas. En lo que sigue, sería posible descubrir, con más detalle, la creciente capacidad de la nueva clase media para exhibir un hedonismo calculador, emprender exploraciones estéticas y emocionales más variadas (y a menudo más peligrosas), que en sí mismas no equivalen a un rechazo de los controles, sino a un «descontrol controlado» de las emociones más cuidadosamente circunscripto y más responsable desde el punto de vista interpersonal, que necesariamente conlleva cierto cálculo y la expectativa recíproca

de un respeto por los otros. Por eso deberíamos superar la dicotomía racional-emocional e investigar las condiciones y prácticas de la nueva clase media que crean la posibilidad de un aflojamiento de los controles en experiencias estéticas y emocionales, lo cual podría llevar a una mayor receptividad a los bienes y experiencias simbólicos etiquetados como «posmodernos».

Tomaremos un ejemplo sugerido por la obra de Meyrowitz (1985) acerca del niño adulto y el adulto infantil. Este autor sostiene que hoy se da a los adultos más permiso para explorar las emociones, actuar «espontáneamente» y apartarse de los roles parentales antaño más estrictamente controlados. Disneylandia y la proliferación de parques temáticos son, sin duda, buenos ejemplos de sitios en los que se verifican este descontrol emocional y la valoración de sensaciones y la adopción de conductas antes limitadas a los niños. Jameson (1987, pág. 48) menciona Disneylandia como paradigma del hiperespacio y el simulacro posmodernos. Se ha sostenido que el turista contemporáneo (o «pos-turista») acude cada vez más a lugares de vacaciones como los centros de descanso, los parques temáticos y, en creciente medida, los museos, sabedor de que los espectáculos que allí se le ofrecen son simulacros, y acepta el mundo montado y la hiperrealidad como lo que son (Urry, 1988). Vale decir que no busca una realidad auténtica anterior al simulacro sino que tiene la disposición necesaria para intervenir en «el juego de lo real» y la capacidad de abrirse a sensaciones superficiales, la imaginería espectacular y experiencias e intensidades liminoides sin nostalgias por lo real.

Si uno busca acercarse a la cultura posmoderna desde esta perspectiva, le resulta posible alejarse de algunas de las discusiones más abstractas e hipostasiadas del posmodernismo y presentar pruebas sociológicas en términos de las preguntas clásicas concernientes a la comprobación: «¿quién, cuándo, por qué y cuántos?». Un estudio de las prácticas y los sitios culturales del posmodernismo desde este punto de vista podría iniciarse con el examen de lo que Zukin (1988*a*) y Cooke (1988) han denominado «posmodernización», entendiendo por ello la reestructuración espacial y el desarrollo de centros culturales y artísticos urbanos y la jerarquización que los acompaña (véase la discusión en los capítulos 1 y 7). Además, es necesario investigar los lazos

entre este proceso y la nueva *petite bourgeoisie* de los nuevos intermediarios culturales que suministran bienes y servicios simbólicos. Estos «nuevos intelectuales», que adoptan una actitud de aprendizaje respecto de la vida (Bourdieu, 1984, pág. 370), están cautivados por la identidad, la presentación, la apariencia y el estilo de vida (véase el capítulo 6). En verdad, su veneración del estilo de vida artístico e intelectual es tal que deliberadamente inventan un arte de vivir en el que su cuerpo, la casa y el auto se ven como una extensión de su *persona*, que deben estilizarse para expresar la individualidad del portador. Bourdieu nos dice lacónicamente que esa búsqueda de distinción a través del cultivo del estilo de vida «pone a disposición de *casi* todos las poses distintivas, los juegos distintivos y otros signos externos de riquezas interiores que antes estaban reservados a los intelectuales» (Bourdieu, 1984, pág. 371). Por tanto, los nuevos intermediarios culturales colaboran en la transmisión a una audiencia más vasta tanto de los bienes culturales intelectuales cuanto del estilo de vida intelectual.

Es posible, en consecuencia, apuntar a la formación de audiencias, públicos y consumidores de bienes culturales posmodernos, que es parte de un proceso de largo plazo de crecimiento del potencial de poder de los productores de símbolos y de la importancia de la esfera cultural. Esos cambios han llevado necesariamente a una cierta desclasificación y desmonopolización del poder de los defensores de las jerarquías simbólicas establecidas hace ya tiempo en las instituciones artísticas, intelectuales y académicas. La autoridad del canon de lo establecido, o de las aspiraciones de las vanguardias a establecerse, pasa así a ser objeto de cuestionamientos, ataques y críticas. Para tomar el ejemplo de las artes, ese es el resultado de una compleja serie de cambios en las interdependencias entre dirigentes empresarios, el Estado y los políticos locales, que ha acrecentado el patrocinio estatal y empresarial de las artes y la capacidad de estas de transformarse en un gran mercado por derecho propio. Zukin (1988*b*) ha señalado el masivo incremento del número de artistas que trabajan en Nueva York desde la década de 1970 y el crecimiento de las ocupaciones auxiliares y la jerarquización del Soho y de otros distritos, lo cual ha hecho que el arte se convirtiera en una ocupación más aceptable y rentable y que pareciera más democratizado.

Pese al clamor por un regreso a los valores victorianos y la supresión de la cultura de la década de 1960 por parte de Thatcher y Reagan, es interesante que resulte tan dificultoso desplazar a los especialistas en símbolos y los centros culturales y volver a las costumbres de la antigua pequeña burguesía.

No es este el lugar para profundizar en los cambios producidos en los diversos campos artísticos e intelectuales que han sido asociados con el posmodernismo, pero sí podemos hacer algunas breves observaciones (véase también la discusión de los capítulos 1 y 3). Para comprender el posmodernismo debemos centrarnos en los equilibrios y las luchas de poder dentro de cada uno de los campos particulares del arte que crearon un espacio de desclasificación cultural que permitió la emergencia del término y su defensa por parte de nuevos grupos marginales en contra de lo establecido. En este aspecto, es importante la estrategia de la denominación empleada por grupos que procuran legitimar el cierre y el agotamiento de la vieja tradición y crear un nuevo espacio frente a lo establecido. De ahí que en los círculos artísticos e intelectuales de las décadas de 1960 y 1970 empezara a emplearse el término «posmoderno» para señalar la distancia entre los artistas y críticos más jóvenes y lo que ellos percibían como el modernismo agotado e institucionalizado.

Del mismo modo, en el caso de los intelectuales, los cambios producidos en las estructuras de su campo específico pueden haber actuado en dos niveles: 1) para dar libre curso a presiones desde abajo sobre lo establecido, por parte de elementos externos que procuran desestabilizar las jerarquías simbólicas existentes, y 2) como resultado de cambios en la demanda de bienes intelectuales en general por organismos estatales y del efecto democratizador de su forzado ingreso en un mercado de consumo cultural más amplio, los intelectuales se ven llevados a emprender una reconsideración penetrante del valor, los fines y el propósito de sus esfuerzos. Esta última posición ha sido sustentada por Bauman (1988), en cuanto ve el posmodernismo como una expresión directa de la experiencia de los intelectuales que se hallan frente a una crisis de status e identidad a causa de la declinación de la demanda de sus bienes, que los rebaja de la posición de legisladores con un proyecto universal al papel de intérpretes que deben jugar con la multiplicidad de

mundos vividos y juegos del lenguaje del archivo cultural humano y traducirlos para audiencias populares ampliadas y «transitorias». Lyotard (1988), lo mismo que otros autores, ha señalado el eclipse de la autoridad universal de los intelectuales. Con satisfacción, algunos aceptan como positivo el hecho de que los intelectuales tengan que reconocer de manera más franca sus intereses, y saludan la aparición de intelectuales particulares en oposición a los universales (véase Bourdieu, 1986). Para otros, como Jacoby (1987), la destrucción del proyecto intelectual universal de «los últimos intelectuales», que ya no tienen sucesores en la generación siguiente, es motivo de inquietud.

## Autoridad y práctica cultural

Desde la perspectiva de Jameson, hay en los intelectuales una clara necesidad de resistirse al espíritu democratizador y populista del posmodernismo y conservar la autoridad de hablar en nombre de la humanidad. Este autor sostiene, por ejemplo, desde su punto de vista marxista, que hay que oponerse a la decadencia del concepto de socialismo y que «es cuestión de reinventar ese concepto como una poderosa visión cultural y social» (Jameson, 1987, pág. 5). Es la conservación del aspecto utópico del marxismo lo que ha hecho que Jameson se viese expuesto a las acusaciones de expresar una nostálgica reacción neodurkheimiana al posmodernismo, tal como la formulada por O'Neill (1988). Es posible que Jameson haya adoptado aquí un enfoque excesivamente intelectualista de la cultura, que lo hace sobrestimar el potencial de poder de las imágenes culturales para producir cambios sociales y la necesidad de creencias integradoras para sostener o producir cambios sociales, en desmedro de las formas en que la cultura se usa y se establece en un nivel «inferior» dado por sentado en las prácticas cotidianas. Muchos han saludado la secularización de la religión, pero acaso deba decirse lo mismo de la secularización de la ciencia (Douglas, 1982). En verdad, una de las maneras de comprender esas dos formas de secularización, y la del conocimiento intelectual en general, consiste en no verlas como el reemplazo de un conjunto de creencias o visiones

del mundo por otro, sino como la declinación del potencial de poder relativo de los especialistas en símbolos en cuestión —los clérigos, los científicos, los intelectuales—, la cual es manifiesta en su incapacidad de sostener la autoridad de su conocimiento en los equilibrios de poder cotidianos que implican representaciones de personas. Hay, desde ya, claras diferencias en la naturaleza y la eficacia social del tipo de conocimiento en juego. Bendix (1970) sigue a Weber en su observación de que los especialistas religiosos proporcionaban creencias que tenían un significado mundano y una utilidad práctica para la gente común. Pero el conocimiento de los artistas y los intelectuales no aporta los mismos beneficios prácticos, no obstante las convicciones de quienes lo defienden. Aunque unos y otros tienen notables capacidades, estas no proporcionan poder en sentido religioso, y los conocimientos ocultos sin propósitos manifiestos hacen que las elites culturales sean sospechosas para el vulgo.

Es, pues, apropiado que Jameson (1987, pág. 53) señale en la democratización de la cultura uno de los aspectos del posmodernismo, aunque lo hace con cierta ambivalencia, porque valora a este último de manera negativa y quiere desarrollar formas de análisis y de producción artística que deshagan el *pastiche* posmoderno y proporcionen cierto sentido renovado de la totalidad y la historia sociales o globales. En este aspecto, para Jameson (1984*a*, págs. 89-90) el conocimiento y el arte deben conservar cierta función pedagógica. Si bien esta puede ser una comprensible reacción ante la aceptación del desorden y la naturaleza lúdica del posmodernismo como paradigma de la vida social y la producción cultural futuras, deja a Jameson expuesto a la réplica del posmodernismo de que lo que hace es deplorar nostálgicamente la pérdida de autoridad de la aristocracia intelectual sobre la población (véanse Hutcheon, 1986-1987; During, 1987).

Para comprender el posmodernismo debemos, pues, enfocarlo en distintos niveles. En primer lugar, el posmodernismo abarca cambios en los campos artístico, intelectual y académico, manifiestos en las luchas competitivas por el canon dentro de cada uno de ellos. En segundo lugar, implica cambios en la esfera cultural en general en términos de modos de producción, circulación y diseminación de los bienes simbólicos, que pueden entenderse desde el punto de vista

de cambios en los equilibrios de poder y las interdependencias entre grupos y fracciones de clases en niveles intersocietales e intrasocietales. En tercer lugar, comprende cambios en las prácticas y experiencias cotidianas de distintos grupos que, como resultado de las dos primeras series de cambios, comienzan a emplear regímenes de significación de distintas formas y a crear nuevos medios de orientación y nuevas estructuras de identidad. En muchos aspectos, el posmodernismo es un signo del cambio cultural contemporáneo y debería alertarnos sobre la interrelación entre las áreas o «niveles» antes mencionados de la cultura y la necesaria reflexividad que supone la inclusión de los intelectuales académicos como partes socialmente interesadas en el proceso.

Como muchos otros comentaristas, Jameson se centra en la dimensión experiencial de esos cambios, que comúnmente se descifra en textos y otros modos de significación. Pero tiene el mérito de rebasar el mero análisis cultural en su intento por situar la producción cultural posmoderna desde el punto de vista del pasaje al tercer estadio, «más puro», del capitalismo tardío, que ha globalizado lo social. Acierta aquí al centrarse en el eclipse del par Estado-sociedad, socavados los Estados naciones por la expansión del mercado internacional, con sus rápidos flujos de capitales e información. Pero si bien en este sentido podríamos hablar del fin de lo social, durante mucho tiempo el referente de la sociología en la forma de la identidad del par Estado-sociedad, esto no significa el eclipse de las relaciones sociales. Aún pueden entenderse sociológicamente interdependencias en aumento y equilibrios de poder más complejos entre representaciones más amplias de personas. El problema que plantea el enfoque de Jameson es que este autor pasa de lo económico a lo cultural y omite el efecto mediador de lo social, entendido aquí como relaciones sociales. Vale decir que, para comprender la cultura posmoderna, no sólo debemos leer los signos, sino examinar el modo en que son empleados por representaciones de personas en sus prácticas cotidianas. Desde ya, una proliferación de signos, un torrente de nuevos bienes y mercancías culturales como el que se produjo en la Inglaterra del siglo XVIII y el París de mediados del siglo XIX tiene un efecto culturalmente democratizador y torna más difícil la «lectura de los signos»

para atribuir a los portadores de bienes y prácticas culturales particulares un status y una posición social determinados. Pero puede sostenerse que constantemente se intentará reasignar y leer los atributos de los bienes culturales.

En síntesis, los grupos sociales tienden a procurar clasificar y ordenar sus circunstancias sociales y emplear los bienes culturales como medios de demarcación, como comunicadores que fijan límites entre ciertas personas y construyen puentes con otras. Esa concentración en los usos sociales de los bienes culturales nos lleva a prestar una sólida atención a las prácticas de personas concretas que interpretan y necesariamente deben formular juicios acerca de otras personas decodificando los signos culturales que otros ponen en juego, exhiben y consumen. El posmodernismo ofrece la perspectiva del fin de ese juego social, de un tránsito más allá de lo social. Pero si bien vivimos en una fase de desclasificación cultural, no debemos excluir la posibilidad del restablecimiento de un orden social ni caer en la tentación de considerar los enclaves liminoides de desorden cultural como coextensos con la cultura como tal.

En conclusión, pues, el posmodernismo no debe entenderse sólo en el nivel del desarrollo de la lógica del capitalismo: es preciso estudiarlo concretamente en términos de la dinámica del cambio de los equilibrios de poder, las luchas competitivas y las interdependencias entre diversos grupos de especialistas en producción simbólica y especialistas económicos. Esto significa que debemos indagar el papel de los productores, los transmisores y los difusores de las formas supuestamente nuevas de producción y de consumo culturales tanto dentro cuanto fuera de la academia. Si el posmodernismo es síntoma de un pasaje societal o global hacia una desclasificación cultural (DiMaggio, 1987) que es manifiesta en muchas otras áreas, como la desestabilización de jerarquías simbólicas de larga data que ha inaugurado un espacio para la popularización y la legitimación del estudio de la cultura popular, entonces debemos situarlo en la dinámica de las cambiantes luchas e interdependencias intragrupales tanto en el nivel intersocietal cuanto intrasocietal. La comprensión de lo posmoderno exige, pues, mucha reflexión. Tenemos que centrarnos en los portadores y transmisores del posmodernismo que tienen interés en el éxito del término y todo lo que él implica en sus luchas den-

tro del campo académico con los custodios de las jerarquías simbólicas establecidas, e interés en la creación y educación de audiencias y públicos que puedan reconocer y emplear bienes culturales posmodernos en sus prácticas.

Por último, no puede ignorarse el papel de los académicos, los artistas y los intelectuales en la identificación de indicios del cambio cultural, que expresan y modelan como posmodernismo. Ello no equivale a desechar su interés en él como una manipulación cínica o lances en los juegos de la distinción intelectual. Es evidente que actualmente estamos en presencia de cambios culturales que han elevado el perfil de la cultura dentro de la configuración cultura-economía-sociedad, y que reclaman una investigación y una teorización cuidadosas. Con todo, hoy han crecido la fuerza numérica y el potencial de poder de los especialistas en producción simbólica, como se advierte sobre todo si se compara el actual debate sobre el posmodernismo con el antiguo debate entre antiguos y modernos. Si el posmodernismo apunta a un incremento de la significación de la cultura —pensamos aquí en la afirmación de Baudrillard (1983*b*) de que hoy todo es cultural—, entonces no sólo tenemos que entender este fenómeno como una extensión de la lógica y la tecnología de la producción de mercancías sino también investigar los modos de transmisión y de consumo, las prácticas de los especialistas simbólicos, los intermediarios culturales y las audiencias cuyas inclinaciones los vuelven receptivas a las formas de sensibilidad llamadas «posmodernas».

# 5. La estetización de la vida cotidiana

Si examinamos las definiciones del posmodernismo, hallamos que se pone el acento en la supresión de la frontera entre el arte y la vida cotidiana, en el derrumbe de la distinción entre el arte elevado y la cultura popular o de masas, en la promiscuidad estilística general y en la mezcla lúdica de códigos. Estos rasgos generales de las teorías posmodernas que subrayan la equiparación y la nivelación de las jerarquías simbólicas, el antifundacionalismo y un impulso general a la desclasificación cultural también pueden ponerse en relación con lo que se considera son las experiencias posmodernas características. En este punto es posible basarse en el empleo que Baudelaire hace de la palabra *modernité*; con ella se refiere a la nueva experiencia de la modernidad, a los choques, las sacudidas y la vívida presencia captada por la ruptura con las formas tradicionales de sociación, que ciudades modernas como París parecían poner de manifiesto a partir de mediados del siglo XIX. En forma similar, podría hablarse también de la experiencia de la *postmodernité* y apelar a los cambios advertidos en las experiencias culturales y los modos de significación. Encontramos, en ese sentido, que en la obra de Baudrillard (1983*a*) se pone el acento en la estetización de la vida cotidiana y en la transformación de la realidad en imágenes. También Jameson (1984*a*) subraya la pérdida del sentido de la historia y la fragmentación del tiempo en una serie de presentes perpetuos en los que se experimentan intensidades multifrénicas. Similares estetización de la experiencia y derrumbe de la cadena ordenada de significantes podemos descubrir en los trabajos de los seguidores de uno y otro, en los que encontramos una insistencia en la «licuefacción de los signos y

Quiero agradecer a David Chaney, Peter Bailey, Steve Best, Bryan Turner y Andy Wernick por sus comentarios sobre la primera versión de este capítulo.

las mercancías», la «supresión de la frontera entre lo real y la imagen», los «significantes flotantes», la «hiperrealidad», la «cultura sin profundidad», la «inmersión azorante», la «sobrecarga sensorial» y las «intensidades cargadas de afecto» (Kroker y Cook, 1987; Crary, 1984). Muchos de esos ejemplos se inspiran en la intensificación de la producción de imágenes en los medios de comunicación y la cultura de consumo en general, pero también se los halla en descripciones de la ciudad contemporánea. El acento no recae aquí solamente en el nuevo tipo de arquitectura específicamente catalogada como posmoderna, sino también en la ecléctica mezcolanza estilística más general que uno halla en la trama urbana del ambiente edificado. Además, una parecida descontextualización de la tradición y una incursión en todas las formas culturales para extraer citas del lado imaginario de la vida se encuentran en los jóvenes «sujetos descentrados» que se complacen en la experimentación y el juego con la moda y la estilización de la vida mientras vagabundean a lo largo del «no lugar» de los espacios urbanos posmodernos (Chambers, 1987; Calefato, 1988). Es manifiesto que hay marcados vínculos y cruzamientos entre el proyecto de estetización y estilización de la vida cotidiana por parte de esos grupos y la tradición de la escuela artística romántica y bohemia que alimentó el rock, sobre todo desde la década de 1960, y que de distintas formas procuró transgredir el límite entre el arte y la vida cotidiana (véase Frith y Horne, 1987). Esto sugiere, pues, que la experiencia de la *postmodernité*, sobre todo el énfasis en la estetización de la vida cotidiana y su formulación, expresión y promoción por especialistas culturales, puede tener una larga historia. En síntesis, sería útil explorar la *genealogía* de la *postmodernité* y, en particular, examinar los vínculos entre la *modernité* y la *postmodernité* que pueden hacer que nos remontemos a antecedentes aun anteriores. Esto no equivale a sostener que lo posmoderno no existe o que es un concepto errado. Antes bien, sólo si exploramos sus antecedentes y el proceso cultural de largo plazo en el que pueden haberse dado desarrollos similares más tempranos, podremos intentar comprender y diferenciar lo que es específico de lo posmoderno y lo que quizá sea una acumulación e intensificación de tendencias presentes desde hace mucho en lo moderno y aun en lo premoderno.

## La estetización de la vida cotidiana

Son tres los sentidos en que podemos hablar de una estetización de la vida cotidiana. En primer lugar, podemos referirnos a las subculturas artísticas que produjeron el dadaísmo, la vanguardia histórica y los movimientos surrealistas en la Primera Guerra Mundial y la década de 1920, cuyos partidarios intentaron borrar, en su obra, sus escritos y en algunos casos en su vida, la frontera entre el arte y la vida cotidiana. El arte posmoderno de la década de 1960, con su reacción a lo que se consideraba la institucionalización del modernismo en el museo y la academia, se basó en esa estrategia. Es interesante notar que Marcel Duchamp, que intervino decisivamente en el primer movimiento dadaísta con sus escandalosos «*ready-mades*», llegó a ser venerado por los artistas neoyorquinos de la transvanguardia posmoderna de la década de 1960. Descubrimos aquí un movimiento doble. En primer lugar, la impugnación directa de la obra de arte, el deseo de suprimir el aura del arte, de disimular su halo sagrado y poner en tela de juicio el lugar respetable que ocupa en el museo y la academia. En segundo lugar, existe también el supuesto de que el arte puede estar en cualquier parte y cualquier cosa. Los desechos de la cultura de masas, las envilecidas mercancías de consumo, podían ser arte (piénsese, en este sentido, en Warhol y el arte pop). El arte iba a encontrarse también en la antiobra: en el *happening*, en la transitoria *performance* «perdida» que no puede museificarse, lo mismo que en el cuerpo y otros objetos sensibles del mundo. Vale la pena señalar, igualmente, que muchas de las estrategias y de las técnicas artísticas del dadaísmo, el surrealismo y la vanguardia han sido recogidas por la publicidad y los medios populares de la cultura de consumo (véase Martin, 1981).

En segundo lugar, la estetización de la vida cotidiana puede referirse al proyecto de hacer de la vida una obra de arte. La fascinación que por ese proyecto han sentido artistas e intelectuales, verdaderos y presuntos, tiene una larga historia. Es posible encontrarla, por ejemplo, en el grupo de Bloomsbury en el cambio de siglo, cuando G. E. Moore decía que los más grandes bienes de la vida consistían en la afectación personal y el goce estético. Una parecida ética de la vida como obra de arte puede descubrirse a fines del siglo

XIX en los escritos de Pater y Wilde. El supuesto de Wilde era que el esteta ideal debía «realizarse en muchas formas y de mil maneras diferentes, y sentir curiosidad por las nuevas sensaciones». Puede decirse que el posmodernismo —especialmente la teoría posmoderna— ha puesto las cuestiones estéticas en el primer plano y que hay una clara continuidad entre Wilde, Moore y el grupo de Bloomsbury, por una parte, y, por la otra, los escritos de Rorty, cuyos criterios de la vida buena giran en torno del deseo de ampliar el propio yo, la búsqueda de nuevos gustos y sensaciones y la exploración de más y más posibilidades (Shusterman, 1988). También podemos descubrir el carácter central del enfoque estético de la vida en la obra de Foucault, según lo ha señalado Wolin (1986). Foucault (1986, págs. 41-2) se refiere en términos aprobatorios a la concepción que Baudelaire tenía de la modernidad, en la que una de las figuras centrales es «el *dandy* que hace de su cuerpo, de su conducta, de sus sentimientos y sus pasiones, de su propia existencia, una obra de arte». En realidad, el hombre moderno es «el hombre que intenta inventarse a sí mismo». El *dandysmo*, creado por el Hermoso Brummel en la Inglaterra de comienzos del siglo XIX, ponía el acento en la búsqueda de una superioridad especial a través de la construcción de un estilo de vida rigurosamente ejemplar, en el que se manifestaba una aristocracia del espíritu en el desdén por las masas y la preocupación heroica por alcanzar la originalidad y la superioridad en la vestimenta, el porte, los hábitos personales y aun el mobiliario: lo que hoy llamamos un estilo de vida (véase R. H. Williams, 1982, pág. 107 y sigs.). Se convirtió en un tema importante en el desarrollo de las contraculturas artísticas, la bohemia y las vanguardias parisinas entre mediados y fines del siglo XIX; la fascinación por él se refleja en los escritos y la vida de Balzac, Baudelaire, Comte d'Orsay, hasta Edmond de Goncourt, de Montesquieu y el Des Esseintes de Huysmans. Ese doble interés, por parte de las contraculturas artísticas e intelectuales, en una vida de consumo estético y en la necesidad de convertir la vida en un todo estéticamente placentero, debe ser puesto en relación con el desarrollo del consumo masivo en general, la búsqueda de nuevos gustos y sensaciones y la construcción de estilos de vida distintivos, que han pasado a ser centrales en la cultura de consumo (Featherstone, 1987*a*).

El tercer sentido en que puede hablarse de estetización de la vida cotidiana remite al rápido flujo de signos e imágenes que satura la trama de la vida diaria en la sociedad contemporánea. La teorización de ese proceso se ha basado en gran medida en la teoría marxista del fetichismo de las mercancías, desarrollada en diversos aspectos por Lukács, la Escuela de Francfort, Benjamin, Haug, Lefebvre, Baudrillard y Jameson. Para Adorno, el creciente predominio del valor de cambio no sólo obliteró el valor de uso originario de las cosas y lo reemplazó por un valor de cambio abstracto, sino que dejó a la mercancía en libertad de asumir un valor de uso sucedáneo o secundario, lo que más tarde Baudrillard llamaría «valor-signo». El carácter central de la manipulación comercial de las imágenes mediante la publicidad, los medios de comunicación y las exhibiciones, actuaciones y espectáculos del tejido urbanizado de la vida cotidiana conlleva una constante reelaboración de los deseos a través de las imágenes. De ahí que no deba entenderse que la sociedad de consumo sólo pone en circulación un materialismo dominante, porque también coloca a las personas frente a imágenes oníricas que hablan a los deseos y estetizan y desrealizan la realidad (Haug, 1986, pág. 52; 1987, pág. 123). Ese es el aspecto que han recogido Baudrillard y Jameson, quienes subrayan el nuevo papel fundamental que las imágenes desempeñan en la sociedad de consumo, la que confiere a la cultura una importancia sin precedentes. Para Baudrillard, la acumulación, la densidad y la extensión inconsútil y omnímoda de la producción de imágenes en la sociedad contemporánea nos han empujado hacia una sociedad cualitativamente nueva donde la distinción entre realidad e imagen se borra y la vida cotidiana se estetiza: el mundo de simulacros o la cultura posmoderna. Cabe agregar que, en general, este proceso ha sido valorado en forma negativa por los autores mencionados, quienes subrayan los aspectos manipuladores (Benjamin, hasta cierto punto, y Baudrillard, en sus últimos escritos, son las excepciones). Esto ha movido a algunos a abogar por una integración más progresiva del arte y la vida cotidiana, cosa que se halla, por ejemplo, en *An Essay on Liberation*, de Marcuse (1969). La encontramos también en las ideas de revolución cultural elaboradas de diversas maneras por Lefebvre (1971), con su lema «dejad que la vida cotidiana se vuelva una obra de

arte», y los situacionistas internacionales (véase Poster, 1975).

Este tercer aspecto de la estetización de la vida cotidiana es, desde ya, fundamental para el desarrollo de una cultura de consumo, y debemos tener presente su interacción con la segunda orientación que hemos identificado: es preciso, en sustancia, que examinemos el proceso de largo plazo de su desarrollo relacional, el cual ha conllevado el desarrollo de los mundos oníricos de la cultura de consumo masivo y de una esfera (contra)cultural independiente, en la que los artistas y los intelectuales han adoptado distintas estrategias de distanciamiento, al mismo tiempo que intentaron tematizar y comprender ese proceso.

Examinaremos en primer lugar con más detalle los escritos de Baudrillard a fin de comprender mejor el significado de la estetización de la vida cotidiana en relación con el posmodernismo.

En sus primeros escritos acerca de la sociedad de consumo, Baudrillard desarrolló una teoría del signo-mercancía en la que señalaba que la mercancía se ha convertido en un signo en el sentido saussureano del término, cuyo significado está arbitrariamente determinado por su posición en un conjunto autorreferencial de significantes. En sus trabajos posteriores (1983*a*, 1983*b*) ha llevado esa lógica aun más adelante, para llamar la atención acerca de la sobrecarga de información proporcionada por los medios de comunicación, que hoy nos ponen frente a un flujo incesante de imágenes y simulacros fascinantes, al punto de que «la televisión es el mundo». En *Simulations*, Baudrillard (1983*a*, pág. 148) afirma que en esa hiperrealidad lo real y lo imaginario se confunden y la fascinación estética está en todas partes, de manera que «sobre todas las cosas se cierne una especie de parodia no intencional, de simulacro técnico, de fama indefinible, a los que se asocia un placer estético».

Para Baudrillard (1983*a*, pág. 151), el arte deja de ser un enclave de realidad independiente: ingresa en la producción y la reproducción, de manera que todo, «así sea la realidad cotidiana y trivial, cae, por esta razón, bajo el signo de arte, y se vuelve estético». El fin de lo real y el fin del arte nos llevan a una hiperrealidad en la que el secreto descubierto por el surrealismo se difunde y se generaliza.

Como señala Baudrillard (1983*a*, pág. 148):

«Lo hiperrealista es hoy la realidad misma. El secreto del surrealismo era ya que la realidad más trivial podía volverse surreal, pero sólo en determinados momentos privilegiados que, de todos modos, siguen estando conectados con el arte y lo imaginario. Hoy es la realidad cotidiana en su totalidad —política, social histórica y económica— la que, en adelante, incorpora la dimensión de simulacro del hiperrealismo. En todas partes vivimos ya en una alucinación "estética" de la realidad».

El contemporáneo mundo de los simulacros ha visto el fin de la ilusión del relieve, la perspectiva y la profundidad, en la medida en que lo real se vacía, y se borra la contradicción entre lo real y lo imaginario. Baudrillard (1983*a*, pág. 151) agrega:

«Así, pues, el arte está en todas partes, porque el artificio está en el corazón mismo de la realidad. Y de este modo el arte ha muerto, no sólo porque ha desaparecido su trascendencia crítica, sino también porque la realidad misma, íntegramente impregnada por una estética que es inseparable de su propia estructura, se ha confundido con su propia imagen».

En este tercer estadio de la cultura de los simulacros, que Baudrillard llama ahora «posmoderna» (Kellner, 1987), una de las formas que más a menudo se emplean como ilustración es MTV (véanse Chen, 1987; Kaplan, 1986, 1987). De acuerdo con Kaplan (1986), MTV parece existir en un presente intemporal; los artistas del video saquean géneros fílmicos y movimientos artísticos de diferentes períodos históricos hasta oscurecer los límites y el sentido de la historia. La historia se espacializa, y con la mezcla de géneros y de formas de arte popular, elevado y comercial, las jerarquías y los desarrollos estéticos se derrumban. Se dice que el flujo continuo de imágenes diversas hace que sea difícil encadenarlas en un mensaje significativo; la intensidad y el grado de saturación de los significantes desafían la sistematización y la narratividad. Con todo, debemos preguntarnos cómo operan esas imágenes: ¿ha rebasado MTV el

sistema de signos que forma un lenguaje estructurado en sentido saussureano?

La distinción entre *discurso* y *figura* que Scott Lash (1988) toma de la obra de Lyotard (1971) puede ayudarnos un tanto a dar una respuesta a esta pregunta. Lash señala varios rasgos que hacen que la cultura posmoderna sea *figural*: el acento puesto en los procesos primarios (deseo) más que en los secundarios (el yo), en las imágenes más que en las palabras, en la inmersión del espectador y la investidura del deseo en el objeto, en oposición al mantenimiento de la distancia. Lash también asocia esas cualidades con el proceso de desdiferenciación. Este concepto se basa en una inversión del proceso de *diferenciación* cultural al que aluden Weber y Habermas (que conlleva la diferenciación de las formas estéticas respecto del mundo real) en una *desdiferenciación* que implica, a su vez, una inversión favorable a la supresión del aura del arte, y una estética del deseo, la sensación y la inmediatez. Para Lash, la desdiferenciación y los regímenes figurales de significación apuntan, pues, a la forma en que las imágenes, a diferencia del lenguaje, se basan en recuerdos perceptivos que abrevan en el inconsciente, el cual no se estructura, como el lenguaje, mediante reglas sistemáticas. Las imágenes significan de manera icónica, vale decir, por medio de las semejanzas. Si bien lo figural se halla en regímenes visuales de significación tales como el cine, la televisión y la publicidad, puede decirse que es también un rasgo general de la cultura de consumo. Podemos referirnos aquí al énfasis que Benjamin (1982*b*) pone en la sensación de embriaguez y la poetización de lo trivial en los mundos oníricos del consumo masivo, que es uno de los aspectos centrales del análisis de las galerías de París de mediados del siglo XIX en su *Passagen-Werk*. Un estudio que, con su concentración en el París decimonónico, reúne en el tiempo y en el espacio los orígenes del segundo y el tercero de los sentidos de la estetización de la vida cotidiana que hemos considerado.

Por tanto, la estetización de la vida cotidiana mediante regímenes figurales de significación que, según Lash (1988), es un componente central del posmodernismo, puede tener sus orígenes en el crecimiento de la cultura de consumo en las grandes ciudades de las sociedades capitalistas del siglo XIX, que se convirtieron en los ámbitos de los em-

briagadores mundos oníricos y el flujo constantemente cambiante de mercancías, imágenes y cuerpos (el *flâneur*). Además, esas grandes ciudades fueron las sedes de las contraculturas intelectuales y artísticas, las bohemias y las vanguardias artísticas, cuyos miembros estaban cautivados por el espectro de nuevas sensaciones que procuraban recoger en diversos medios, y quienes también actuaban como intermediarios en la estimulación, la formulación y la difusión de esas formas de sensibilidad a audiencias y públicos más amplios (véase Seigel, 1986). Si bien la bibliografía sobre la modernidad tiene en cuenta el lugar central de esa experiencia de la *modernité* y los choques, las sacudidas y la fantasmagoría de los nuevos centros urbanos recogidos en el análisis baudelaireano del *flâneur* y en el que Benjamin hace de las galerías, debemos considerar su pertinencia para comprender la experiencia de la «*postmodernité*».

De ahí que sea necesario investigar las relaciones de continuidad y de discontinuidad con las prácticas y los sitios de fines del siglo XX. Eso nos llevaría a considerar la renovación urbana a través del proceso de posmodernización (Cooke, 1988; Zukin, 1988*a*), con la jerarquización de áreas del centro de las ciudades y la aparición, en paseos comerciales, centros de compras, parques temáticos y hoteles, de ámbitos de simulacros que apelan a una imaginería de carácter espectacular. Además, se ha sostenido que se están produciendo cambios significativos en instituciones (antaño) diseñadas como espacios restringidos para el *connoisseur* educado y el visitante serio: los museos. Hoy estos procuran abastecer a audiencias más amplias y desechan su etiqueta de lugares dedicados exclusivamente a la alta cultura, a fin de convertirse en sitios de espectáculo, sensación, ilusión y montaje: lugares en los que se tiene una experiencia, antes que lugares en que se inculca el conocimiento del canon y de las jerarquías simbólicas establecidas (Roberts, 1988). También debemos indagar los procesos por los que los intelectuales y los intermediarios culturales articulan, transmiten y difunden la experiencia de esos nuevos espacios a diversos públicos y audiencias, y examinar cómo se incorporan a las prácticas cotidianas las pedagogías de estas «nuevas» formas de sensibilidad.

Esto apunta a la necesidad de investigar la estetización de la vida cotidiana en contextos específicos en el tiempo y el

espacio. Si bien la estetización total de la vida cotidiana entrañaría el derrumbe de las barreras entre el arte, la sensibilidad estética y la vida diaria, con lo que el artificio se convertiría en la única realidad disponible, no deberíamos suponerla como algo dado o que está en la naturaleza de la percepción humana y que, una vez descubierta, se puede atribuir a toda existencia humana precedente. Es preciso, antes bien, investigar el proceso de su formación. Es indispensable, por tanto, plantear las áridas cuestiones sociológicas de las localizaciones específicas y el grado de generalidad. Investigamos en este punto los orígenes históricos sociogenéticos de determinados estilos cognitivos y modos de percepción que surgen en el marco de las cambiantes interdependencias y luchas entre representaciones de personas. Para tomar dos breves ejemplos: como lo ha mostrado Robbins (1987) en su estudio de los montañistas británicos del siglo XIX, el proceso por el que las montañas, durante mucho tiempo vistas con igual indiferencia por viajeros y lugareños, se transformaron en objetos bellos generadores de placeres estéticos, fue un proceso definidamente social que supuso el desarrollo, la educación y la institucionalización de nuevos gustos en las clases medias; del mismo modo, a comienzos del siglo XVIII el surgimiento del gran peregrinaje* comenzó a atraer a miembros de la nobleza y de las clases superiores que deseaban tener una experiencia de las ruinas y tesoros artísticos de Europa, en tanto que la actitud general había sido anteriormente la renuencia a abandonar la localidad en que se vivía, que según la percepción habitual proporcionaba todas las sensaciones y los placeres que uno pudiera necesitar (Hazard, 1964, pág. 23).

Es claro que debemos esforzarnos por establecer una noción más precisa de lo que significa la estetización de la vida cotidiana. En líneas más generales, la estética ha procurado investigar la naturaleza del arte, la belleza, la experiencia estética y los criterios del juicio estético (Wolff, 1983, págs. 13, 68 y sigs.). Con el desarrollo de la estética moderna, en el siglo XVIII, se inició una influyente tradición originada en la *Crítica del juicio* de Kant, según la cual la característica

* *Grand Tour* en el original; se trataba de un extenso recorrido por Europa continental, con especial hincapié en Grecia e Italia, que los jóvenes de la aristocracia británica realizaban como parte de su educación. (*N. del T.*)

distintiva del juicio estético del gusto es el desinterés; desde esa perspectiva, cualquier cosa, incluida toda la gama de objetos de la vida cotidiana, puede contemplarse con una actitud estética. De ahí que Simmel refleje la influencia de esa tradición cuando habla de los placeres que conlleva la consideración de los objetos desde un punto de vista desapegado y contemplativo, sin una inmersión directa (Frisby, 1981, pág. 151). Esa actitud distanciada y *voyeurista* puede constatarse en quien pasea al azar por las grandes ciudades, cuyos sentidos reciben el estímulo excesivo del torrente de nuevas perspectivas, impresiones y sensaciones que fluyen a su paso. Pero también enfrentamos la cuestión de la necesidad de distanciamiento, y la de si puede decirse que su inversión en lo figural conlleva también una orientación estética. Así como Lash (1988) habla de una desdiferenciación, también puede ser útil referirse a un desdistanciamiento o una objetivación, esto es, el placer procurado por la inmersión en los objetos de contemplación. (Empleamos aquí el término «distanciamiento» en un sentido distinto del usado por Mannheim [1956] en su análisis de la democratización de la cultura.) El concepto de desdistanciamiento tiene la ventaja de expresar la capacidad de ver objetos y experiencias situados por lo común fuera de la gama de objetos institucionalmente designados como estéticos, ya que alude a la inmediatez del objeto, a la inmersión en la experiencia a través de la investidura del deseo. Conlleva, en efecto, la capacidad de alcanzar un descontrol de las emociones, de abrirse a toda la gama de sensaciones que el objeto puede reunir. Otra cuestión que debe considerarse es la de hasta qué punto pueden aplicarse los conceptos de lo figural y de desdiferenciación considerados por Lash, lo mismo que el antes expuesto de desdistanciamiento, para sugerir otras categorías conexas —prediferenciación y predistanciamiento— que aludan a una inmersión y un abandono similares de los controles codificados y al enmarcamiento de experiencias que se producen antes de los procesos de diferenciación y distanciamiento o que pueden considerarse surgidas y promovidas junto con ellos en momentos liminales circunscriptos. En un plano teórico puede ser útil enfocar este aspecto en un momento ulterior, desde el punto de vista de los cambiantes equilibrios que se producen entre el compromiso y el desapego. Elias (1987*c*) señala que el artista oscila

entre el compromiso y el desapego emocionales extremos. De hecho, una de las aptitudes fundamentales vigentes en las subculturas artísticas es la de cultivar y manejar la capacidad de moverse entre la exploración y el control totales de las emociones, tanto en el proceso de producir la obra de arte cuanto en el de crear un estilo de vida asociado. (Más adelante lo examinaremos con mayor detalle.) Por último, habría que agregar que, si se considera que la estética gira en torno de cuestiones de gusto, Bourdieu (1984) ha elaborado una oposición entre la elevada estética kantiana, que incluye la apreciación cognitiva, el distanciamiento y el cultivo controlado del gusto puro, y lo que esa estética niega, esto es, el goce de los placeres corporales inmediatos, sensoriales, «grotescos», de las clases populares. Desde el punto de vista de la estetización de la vida cotidiana, debemos preguntarnos hasta qué punto las impresiones, sensaciones e imágenes directas de los «mundos oníricos» de la cultura de consumo de las grandes ciudades, que encuentran resonancias en los regímenes figurales de significación del posmodernismo, tienen una historia mucho más prolongada en el proceso de desarrollo de las clases populares y su cultura. Pero antes debemos dedicarnos a considerar brevemente la experiencia de la modernidad en las grandes ciudades de la Europa de mediados y fines del siglo XIX, según la analizan Baudelaire, Benjamin y Simmel.

## *Modernité*

Baudelaire, Benjamin y Simmel intentaron por igual dar cuenta de las nuevas experiencias de la *modernité* en las grandes ciudades de mediados y fines del siglo XIX. Baudelaire se concentró en el París de las décadas de 1840 y 1850, que más tarde fascinaría a Benjamin. El mundo de Baudelaire, con su crecimiento de la cultura de masas, fue el tema de la inconclusa obra de Benjamin (1982*b*) *Das Passagen-Werk*. *The Philosohy of Money*, de Simmel, escrita en la década de 1890 y publicada en 1900, se centra asimismo en la experiencia de los paseantes y los consumidores de los nuevos espacios urbanos multitudinarios de Berlín. El Berlín de Simmel fue también tema de las reflexiones de Benja-

min acerca de su infancia: *Berliner Kindheit um 1900*, y «Berlin Chronicle» (Benjamin, 1979).

Baudelaire estaba fascinado por la belleza y la fealdad fugitivas y transitorias de la vida parisina de mediados del siglo XIX: los cambiantes decorados de la vida a la moda, los *flâneurs* que vagabundeaban a través de las fugaces impresiones de las multitudes, los *dandies*, héroes de la vida moderna —a los que Lefebvre (1978) caracteriza como «artistas espontáneos (en oposición a los profesionales)»— que procuraban convertir su vida en una obra de arte (citado en Frisby, 1958*b*, pág. 19). Para Baudelaire, el arte debía esforzarse por recoger esos escenarios modernos. Desdeñaba a los artistas de su época que pintaban cuadros con vestimentas y mobiliarios de la antigua Roma, Grecia, la Edad Media u Oriente. Al contrario, el artista debía ser consciente de que «cada época tiene el andar, la mirada y el gesto que le son propios (. . .) no sólo en las maneras y los ademanes sino incluso en la forma del rostro» (Baudelaire, 1964, pág. 12). Del mismo modo, cada actividad o profesión estampa sus marcas, en términos de belleza o fealdad, en el rostro y el cuerpo. Por eso, el pintor de la vida moderna, como Constantine Guys, a quien Baudelaire admiraba, debía esforzarse por atrapar la belleza transitoria, fugitiva, que se reconstituye cada vez más rápidamente.

Baudelaire estaba fascinado por la multitud. Benjamin (1973, pág. 169) contrapone el disgusto que Engels sentía por ella y la pintura que Poe hace del temor y la amenaza que representa con el *flâneur* de Baudelaire, que habitaba en una muchedumbre diferente en las galerías donde disponía de un amplio espacio para vagabundear con comodidad y solaz (Benjamin, 1973, pág. 194). Las nuevas galerías parisinas que fueron, como ya se ha señalado, el tema de *Passagen-Werk* de Benjamin (1982*b*), son, literalmente, pasajes, mundos sin ventanas que son «espacios anímicos de la psique» (Van Reijen, 1988). Esos «mundos oníricos» de la cultura de consumo, las galerías y grandes tiendas eran para Benjamin la materialización de la fantasmagoría de la que Marx hablaba en la sección sobre el «fetichismo de las mercancías» en el primer volumen de *El capital*. Las nuevas grandes tiendas y galerías eran templos en los que los bienes eran venerados como fetiches. Benjamin intentó dar expresión a la «sensualidad de lo anorgánico en el carácter fe-

tiche de las mercancías» (Van Reijen, 1988). (Se hallará un análisis de las grandes tiendas y las galerías en R. H. Williams, 1982; Geist, 1983.)

En la edad del industrialismo, el poder del arte como ilusión, su autoridad como obra original, la fuente de su «aura», se convirtieron en una industria en la que la pintura se instaló en la publicidad, la arquitectura en la ingeniería técnica, las artesanías y la escultura en las artes industriales, para producir una cultura de masas. París ejemplificaba este nuevo paisaje urbano de representaciones visuales. Como observa Buck-Morss (1983, pág. 213):

«Podría decirse que la dinámica del industrialismo capitalista había causado una curiosa inversión en la que la "realidad" y el "arte" intercambiaron sus lugares. La realidad se volvía artificial, una fantasmagoría de mercancías y construcción arquitectónica que los nuevos procesos industriales hacían posible. La ciudad moderna no era sino la proliferación de tales objetos, cuya densidad creaba un paisaje artificial de edificios y artículos de consumo tan omniabarcador como el precedente paisaje natural. De hecho, a los niños nacidos (como Benjamin) en un entorno urbano se les aparecía como la naturaleza misma. La forma en que Benjamin entendía las mercancías no era meramente crítica. Las afirmaba como utópicas, con imágenes que "liberaban a la creatividad del arte, así como en el siglo XVI las ciencias se habían liberado de la filosofía" (*Passagen-Werk*, págs. 1236, 1249). Esta fantasmagoría de objetos materiales producidos industrialmente, los edificios, los bulevares, las mercancías de toda especie, desde la guía del viajero hasta los artículos de tocador, *era* para Benjamin cultura de masas, y es la preocupación central de *Passagen-Werk*».

Los medios de comunicación de masas del siglo XX, con las películas de Hollywood, la creciente industria de la publicidad y la televisión podían reproducir indefinidamente ese mundo de las mercancías, aunque Benjamin aún consideraba que los medios masivos, sobre todo los filmes, podían ser usados de manera más crítica, no para duplicar las ilusiones, sino para demostrar que la realidad es ilusión.

El reciclado constante de los temas artísticos e históricos en el mundo estetizado de la mercancía hacía que el paisaje

urbano otorgara a los recuerdos infantiles la cualidad de ser seductores sueños semiolvidados. En el mundo mítico y mágico de la ciudad moderna el niño descubría otra vez lo nuevo y el adulto redescubre lo viejo en lo nuevo (Buck-Morss, 1983, pág. 219). La capacidad del siempre cambiante paisaje urbano para reunir asociaciones, semejanzas y recuerdos alimenta la curiosidad del que pasea entre la multitud. Al ocioso que vaga por las calles los objetos se le presentan divorciados de su contexto y sometidos a misteriosas conexiones que hacen que los significados se lean en la superficie de las cosas (Buck-Morss, 1986, pág. 106). Baudelaire buscaba capturarlo en su uso de la metáfora de la capacidad que se tiene tras una enfermedad de ver todas las cosas otra vez en su inmediatez. La convalecencia, nos dice, es como un regreso a la infancia: el «convaleciente, lo mismo que el niño, está poseído en el más alto grado por la facultad de interesarse vivazmente en las cosas, así sean estas, aparentemente, las más triviales (. . .) El niño lo ve todo en un estado de novedad; está siempre *ebrio*» (citado en Frisby, 1985*b*, pág. 17). Estas líneas de Baudelaire son interesantes porque se parecen a otras en las que Fredric Jameson (1984*b*, pág. 118) nos habla de que las «intensidades», lo mismo que en la esquizofrenia, son uno de los rasgos fundamentales de la cultura posmoderna y remiten a experiencias fuertemente vívidas cargadas de afecto. Esto lleva a una ruptura de la relación entre los significantes y a la fragmentación del tiempo en una serie de perpetuos presentes, rasgo encontrado en la esquizofrenia y las percepciones de la convalecencia. Este parecería ser, pues, un buen ejemplo de la estética figural.

En su análisis de Georg Simmel como primer sociólogo de la modernidad, David Frisby (1985*a*) señala que los temas de la neurastenia, el habitante de la gran ciudad y el parroquiano que Benjamin (1973, pág. 106) identificaba en la obra de Baudelaire sobresalen también en el análisis de la modernidad de Simmel. Este autor elabora interesantes ideas acerca de las dimensiones estéticas de la arquitectura de las exposiciones mundiales, cuya naturaleza ilusoria y transitoria hace eco a la dimensión estética de las mercancías de la que ya hemos hablado. Un proceso similar de introducción de la estética en áreas no estéticas puede hallarse también en la moda. La intensificación del ritmo de la

moda incrementa nuestra conciencia del tiempo y el placer simultáneo que hallamos en lo nuevo y lo viejo nos otorga un agudo sentido del presente. Los cambios de la moda y las exposiciones mundiales apuntan a la pasmosa pluralidad de estilos de la vida moderna. Para las clases medias, la retirada al interior del hogar representaba un pobre refugio frente al estilo, porque en el cambio de siglo, cuando Simmel escribía, el movimiento contemporáneo del *Jugendstil* (en Gran Bretaña hubo un movimiento paralelo conocido como «esteticismo») procuraba estilizar «hasta las ollas y las sartenes». La estilización de los interiores fue un paradójico intento por proporcionar al subjetivismo de la vida moderna un trasfondo atenuado y más o menos estable (Frisby, 1985*a*, pág. 65).

Para Frisby (1985*a*, pág. 52), la teoría de Simmel sobre la modernidad cultural es preferible a la de Habermas. Si bien este (1981*a*) analiza la estética de la modernidad en términos de Baudelaire, su definición de la modernidad cultural se basa en la teoría de la modernidad de Max Weber, que incluye la diferenciación de las esferas de la vida (Habermas, 1984). Para Frisby, la posición de Simmel es más adecuada porque intenta fundar la esfera estética en el mundo de la vida moderna, en lugar de considerarla al margen de las demás esferas de la vida.

Podemos apoyarnos en la diferencia entre estas posiciones para hacer algunas observaciones y concluir la sección. En primer lugar, tal vez no se trate de elegir entre Habermas y Simmel, sino, más bien, de que cada uno de ellos considera diferentes aspectos del mismo proceso. La posición de Habermas se basa en el análisis que Weber hace de la aparición de contraculturas artísticas independientes, como las bohemias de mediados del siglo XIX. Si bien la expresión «esfera cultural», que incluye la ciencia, el derecho y la religión, lo mismo que el arte, puede apartarnos de las interdependencias que mantiene con el resto de la sociedad, tiene el mérito de llamar la atención acerca de los *portadores*: el incremento en el número y el potencial de poder de los especialistas en producción simbólica y, sobre todo, en lo que nos concierne, de los artistas y los intelectuales. Las contraculturas artísticas también estuvieron espacialmente localizadas en las grandes ciudades del siglo XIX, particularmente en París (Seigel, 1986), a la que Benjamin llamó

«la capital del siglo XIX». Por consiguiente, tenemos que considerar la posición del artista e intelectual como paseante que se desplaza por los nuevos espacios urbanos y observa los choques, las sacudidas, los flujos de la multitud y los mundos oníricos de que hemos hablado.

Lo que importa en relación con este grupo, cuyos miembros están, por profesión, predispuestos a observar y registrar experiencias, es que las que recogen mientras sobrenadan los espacios urbanos, fueron consideradas *las* experiencias definitivas de esos lugares. En Baudelaire, Simmel y Benjamin hallamos muchas referencias a la sensación de desapego del observador, y después períodos de inmersión (participación), pero todos ellos suponen que la multitud ciudadana es una masa de individuos anónimos en la que pueden deslizarse y que los lleva consigo. Baudelaire (1964, pág. 9), por ejemplo, habla del placer de ver «el mundo, estar en el centro del mundo y no obstante permanecer oculto al mundo». Pero el espectador no es invisible y, siguiendo a Bourdieu, podríamos mencionar una buena razón por la que el intelectual o el artista de la pequeña burguesía puede buscar esa invisibilidad y sentir que está flotando en el espacio social. No es, sin embargo, un registrador perfecto o una cámara que toma instantáneas: él (y debemos emplear el pronombre deliberadamente, como Janet Wolff [1985] lo señala en su ensayo «The Invisible *Flâneuse*») es un ser humano encarnado cuya apariencia y proceder ofrecen impresiones y signos legibles a quienes lo rodean. Esos signos habrán de encontrarse no sólo en los profesionales y la prostituta, sino también en el artista y el intelectual. Aunque la multitud, con su rápido fluir de cuerpos, puede ser un lugar de encuentros inarticulados, el proceso de decodificación y complacencia en la lectura de la apariencia de las demás personas marcha de prisa, como lo observa Baudelaire. Este no sólo sabía que las actividades intelectuales y artísticas, incluida su propia obra, se habían convertido en mercancías, sino que desdeñaba los intentos de los artistas etéreos y de sesgo espiritualista por escapar del proceso de apropiación en la vida pública. Por eso en su poema en prosa «Pérdida de la aureola» se burla del poeta que piensa que puede flotar invisible a través de la multitud, y muestra que su arte es profano y su persona socialmente reconocible (véanse Spencer, 1985, pág. 71; Berman, 1982, pág. 155).

Una vez que pasamos de esa esfera liminal a los encuentros sociales directos en comercios, oficinas, instituciones, el flujo se hace más lento y el proceso de lectura continúa en forma más precisa, dado que los participantes son capaces de identificar, seguir y reaccionar al poder simbólico manifiesto en los signos y gestos corporales inconscientes: la vestimenta, el estilo, el tono de voz, la expresión facial, el proceder, la postura, el andar; e incorporado al volumen del cuerpo, la altura, el peso, etc., que delatan los orígenes sociales del portador. En sustancia, el artista y el intelectual deben ser entendidos en términos de su estilo de vida, que es socialmente reconocible y localizable en el espacio social. Tienen, además, interés social en: 1) que haya una aceptación más amplia de sus formas de ver la vida, esto es, el valor de la mirada estética, aun cuando la discutan y la nieguen, el valor de los bienes culturales e intelectuales en general y la necesidad de instruirse en cuanto a la manera de emplearlos y experimentarlos, y 2) la proclamación de la superioridad de su estilo de vida, manifiesto en sus subculturas, de manera que otros adopten las modas, los estilos y las percepciones «fuera de servicio» que ellos encarnan: si no los de ese mismo momento, puestos en circulación por la vanguardia, sí al menos los de ayer, que mantendrán una útil distancia entre los conocedores y sus ávidos pero rezagados públicos y seguidores.

En tanto podemos usar a Weber y Habermas para considerar los gustos y estilos de vida de artistas e intelectuales y su interés en la generalización de las percepciones y sensibilidades estéticas, Simmel y Benjamin nos pueden ser útiles para considerar la estetización y el encantamiento del paisaje urbano a través de la arquitectura, los carteles, las vidrieras de los negocios, los anuncios publicitarios, los envoltorios, las señales callejeras, etc., y por medio de las personas concretas que se desplazan a lo largo de esos espacios: los individuos que usan, en grado variable, ropa, peinados, maquillaje de moda, o que mueven o mantienen su cuerpo de una manera estilizada específica. En este segundo sentido, la estetización de la vida cotidiana remite a la expansión y la extensión de la producción de mercancías en las grandes ciudades, que ha levantado nuevos edificios, grandes tiendas, galerías, paseos comerciales, etc., y produjo un conjunto interminable de bienes para llenar los negocios y ves-

tir y abastecer a quienes pasan por ellos. Es esa capacidad doble de la mercancía de ser un valor de cambio y un valor de uso sucedáneo, de ser la misma y diferente, lo que le permite asumir una imagen estetizada, cualquiera sea la que se invente. Sennett (1976), por ejemplo, nos cuenta que en Bon Marché, la primera de las grandes tiendas parisinas, poco después de su inauguración en la década de 1850, se exhibían de manera destacada, en una de las primeras vidrieras, ollas y cacerolas. Estas se hallaban estilísticamente dispuestas en un marco que representaba una isla de los Mares de Sur, con caracolas, cuentas de coral, palmeras y cosas parecidas, para producir un efecto estético. «¿Quién organizó la presentación?». La respuesta podría ser que fue el vidrierista, pero también podríamos señalar a otros trabajadores relacionados con la actividad, de campos tales como la publicidad, la comercialización, el diseño, la moda, el arte publicitario, la arquitectura y el periodismo, que colaboran en la concepción y la creación de los mundos oníricos. En muchos aspectos, sus gustos, inclinaciones y esquemas clasificatorios son similares a los de los artistas e intelectuales, y por lo común están al día con los desarrollos más recientes en esa esfera. Por eso también ellos transmiten, de muchas maneras, abiertas y sutiles, inclinaciones y sensibilidades estéticas, lo mismo que la idea del «artista como héroe» y la importancia de la «estilización de la vida», a un público más vasto (véanse Allen, 1983; Frith y Horne, 1987; Zukin, 1988*b*). De hecho, desempeñan, como intermediarios culturales, un papel de importancia en la educación del público en nuevos estilos y gustos.

La segunda observación que podemos hacer es que muchos de los rasgos que se asocian a la estetización posmoderna de la vida cotidiana tienen una base en la modernidad. Puede decirse que el predominio de las imágenes, la liminalidad, las vívidas intensidades que caracterizan la percepción de los niños, los convalecientes, los esquizofrénicos y otros, y los regímenes figurales de significación tienen sus paralelos en las experiencias de la *modernité* según las describen Baudelaire, Benjamin y Simmel. En este sentido, podemos aludir a los vínculos entre el modernismo y el posmodernismo como lo hace Lyotard (1984, pág. 72) al decir que el segundo «no es el modernismo en su final sino en estado naciente, y ese estado es constante». Si bien Lyotard se re-

fiere al modernismo artístico y adopta una perspectiva kantiana sobre la posmodernidad como intento vanguardista de expresar constantemente lo inexpresable y representar lo irrepresentable, también podemos extender la referencia a los espectáculos y los ambientes de simulacros de fines del siglo XX en paseos comerciales, centros de compras, grandes tiendas, parques temáticos, «Disneylandias», etc. (véase Urry, 1988), que tienen muchos rasgos en común con las grandes tiendas, galerías, ferias internacionales, etc., descriptas por Benjamin, Simmel y otros. Para mencionar un breve ejemplo: la Exposición de París de 1900 incluía muchos simulacros, entre ellos un exótico paisaje de la India con animales disecados, tesoros y mercaderías; una exhibición que mostraba la España andaluza del tiempo de los moros, con interiores y patios simulados; un panorama transiberiano que colocaba a los espectadores en un vagón de ferrocarril real que se desplazaba por una vía mientras fuera de las ventanillas se desplegaba un telón con imágenes de Siberia. También se presentaba un espectáculo con proyecciones múltiples, temprano precursor del cinerama (véase R. H. Williams, 1982).

En tercer lugar, podemos remontar hasta la modernidad el acento figural en los procesos primarios, el flujo de imágenes, la cualidad onírica de la modernidad con sus vívidas intensidades y el sentido de maravilla en la estética de las mercancías en exhibición. Un poco más adelante veremos sus antecedentes en los carnavales, las ferias, los teatros y otros espacios públicos. Esos ámbitos suscitaban entusiasmo, una nueva gama de sensaciones y el descontrol general de las emociones, contraposición y alivio temporario del control general de los afectos que resultaba de los procesos de civilización.

En cuarto lugar, es poco lo que tenemos que decir de los aspectos progresivos o regresivos de ese proceso; solamente señalaremos que se hizo bastante ruido con las cualidades antinómicas y transgresoras de las subculturas artísticas e intelectuales del modernismo y su invasión de la vida cotidiana a través del desarrollo de la cultura de consumo. De hecho, para Bell (1976) el arte socavó la moralidad, y la ética puritana del trabajo cedió el paso a una búsqueda hedonista de nuevas sensaciones y gratificaciones por parte del «yo sin trabas». Es posible que Bell haya hecho demasiado

hincapié en la amenaza social y el efecto desmoralizador sobre la sociedad debido a una insistencia excesiva en las cualidades transgresoras y socialmente desestabilizadoras del arte, y una sobrestimación del papel de las creencias —en tanto opuestas a las prácticas— en la producción de un orden social viable. Además, pese a los muchos esfuerzos de los artistas por superarse unos a otros en sus intentos de escandalizar a la pequeña burguesía, puede decirse que muchas de sus prácticas y estilos de vida, en vez de constituir una regresión emocional ingenua y descontrolada, encierran necesariamente un «descontrol controlado de las emociones», que puede conllevar, y en realidad exige, el respeto mutuo y la contención de los participantes, en oposición a una regresión narcisística que amenaza con destruir el vínculo social (véase Wouters, 1986).

## Las clases medias y el control de lo carnavalesco

Según Daniel Bell (1976), el modernismo, con sus cualidades antinómicas y transgresoras, ha predominado en las artes desde mediados del siglo XIX. Por cierto, desde mediados del siglo XIX, y sobre todo en París después de la revolución de 1848, se observa la aparición de bohemias que adoptan, en su arte y sus estilos de vida, las estrategias de la transgresión (Seigel, 1986). Los representantes de la bohemia vivían fuera de los límites de la sociedad burguesa y se identificaban con el proletariado y la izquierda. Hauser (1982) se refiere a ellos como el primer verdadero proletariado artístico, conformado por personas cuya existencia era completamente insegura. De hecho, vivían lado a lado con los órdenes sociales inferiores en las áreas de alquiler barato de las grandes ciudades. Cultivaban modales parecidos, valoraban la espontaneidad y un *ethos* laboral antisistemático y no prestaban atención a la idea de un espacio de vida ordenado ni a los controles y las convenciones de la clase media respetable. Pero si bien los símbolos y el estilo de vida pueden haber parecido nuevos dentro de las clases medias, las estrategias transgresoras que adoptaban tenían una larga historia. En las clases medias hay intentos de uso de símbolos transgresores para impresionar que son paralelos

a los procesos de civilización dirigidos a establecer el control de las emociones mediante los modales. Es posible, por tanto, siguiendo a Stallybrass y White (1986), entender que las bohemias producían «repertorios simbólicos liminoides» similares a los que ofrecían las anteriores formas del carnaval. Las bohemias de clase media, sobre todo el surrealismo y el expresionismo, recogieron de manera desplazada gran parte de la inversión y las transgresiones simbólicas que se hallaban en el carnaval. Tal vez sea posible, por tanto, remontar al carnaval de la Edad Media muchos de los aspectos figurales, la sucesión inconexa de imágenes y sensaciones fugitivas, el descontrol de las emociones y la desdiferenciación que han pasado a asociarse al posmodernismo y la estetización de la vida cotidiana.

En *The Politics and Poetics of Transgression* (1986), Stallybrass y White examinan la naturaleza relacional de los carnavales, los festivales y las ferias, que son entendidos como inversiones y transgresiones simbólicas en las que se construyen y deforman mutuamente las distinciones entre lo alto y lo bajo, lo oficial y lo popular, lo grotesco y lo clásico. Señalan, basándose en la obra de Bajtin (1968), que el carnaval supone la celebración del *cuerpo grotesco* —comida abundante, bebida embriagadora, promiscuidad sexual— en un mundo en el que se pone patas arriba la cultura oficial. El cuerpo grotesco del carnaval es el cuerpo inferior de la impureza, la desproporción, la inmediatez, los orificios, el cuerpo material, opuesto al *cuerpo clásico*, que es bello, simétrico, elevado, visto a la distancia: en síntesis, el cuerpo ideal. El cuerpo grotesco y el carnaval representan la alteridad que queda excluida del proceso de formación de la identidad y la cultura de la clase media. Al extenderse el proceso de civilización a las clases medias, la necesidad de mayores controles sobre las emociones y las funciones corporales produjo cambios en los modales y la conducta, que intensificaron la sensación de repugnancia ante la expresividad emocional y corporal directa (Elias, 1978*b*, 1982). En realidad, el otro al que se excluye como parte del proceso de formación de la identidad se convierte en objeto de deseo.

Stallybrass y White presentan un interesante análisis del doble papel de las ferias, en primer lugar como espacio abierto del mercado, donde se realizaban los intercambios comerciales en un mercado local que se relacionaba con

otros mercados nacionales e internacionales y exponía mercaderías provenientes de ellos. En segundo lugar, las ferias eran sitios de placer: eran locales, festivas y comunales y no estaban conectadas con el mundo real. No sólo eran custodios de las tradiciones locales, sino también sitios de transformación de la tradición popular gracias a la intersección de distintas culturas; ámbitos de lo que Bajtin llama *hibridación*, donde se reunían lo exótico y lo familiar, los hombres de la aldea y de la ciudad, el actor profesional y el observador burgués. Como agentes del pluralismo cultural no fueron, pues, solamente una «alteridad» para el discurso oficial, sino que conllevaron la fractura de los hábitos provincianos y las tradiciones locales a través de la introducción de personas y objetos culturales diferentes y más cosmopolitas. En ellas se exhibían mercaderías exóticas y extrañas de distintas partes del mundo y, junto con un flujo de curiosos signos, extravagantes yuxtaposiciones, personas con vestimentas, actitudes y lenguas diferentes, monstruos, espectáculos y actuaciones, estimularon el deseo y la excitación. Fueron, en realidad, precursoras al aire libre de las grandes tiendas y las exposiciones universales de fines del siglo XIX, y podemos conjeturar que produjeron en parte los mismos efectos, de manera menos domesticada y controlada. Algunos aspectos de las emociones, inversiones y transgresiones indóciles que producían una especie de «vértigo social» y desorden festivo sobrevivieron en el *music hall* (véanse Bailey, 1986*a*, 1986*b*; Clark, 1985). La excitación y los temores que la feria puede suscitar se recogen aún en la actualidad en filmes que destacan esos espacios liminales como sitios donde el entusiasmo, el peligro y la conmoción de lo grotesco se fusionan con sueños y fantasías que amenazan con abrumar y devorar a los espectadores. Hoy, los parques de diversiones y los parques temáticos como Disneylandia conservan todavía ese aspecto, aun cuando de manera más controlada y segura, para proporcionar ámbitos aislados para el descontrol controlado de las emociones, donde los adultos están otra vez autorizados a comportarse como niños.

Algunos elementos de lo carnavalesco fueron trasladados de la feria a la literatura. Escribir sobre la feria podía ser un acto dispuesto a producir un escándalo carnavalesco o una disociación respecto de esos placeres inferiores. En el

siglo XVII también hallamos intentos, por parte de Dryden y de otros autores, de hacer que los públicos teatrales dejasen de ser una chusma distraída, ruidosa y carnavalesca, y se convirtiesen en el disciplinado, controlado, cortés y apreciativo público teatral burgués. Esos tironeos antagónicos entre la cultura popular y una cultura educativa más elegante de las clases medias abrieron espacios para los empresarios culturales. En 1685 sir Robert Southwell escribió un texto en el que aconsejaba a su hijo que considerara la Feria de San Bartolomé como tema adecuado para un libro provechoso. A fin de escribir ese libro, el hijo debía estudiar al gentío desde alguna ventana alta, para aprender las reglas de semejanza y diferenciación de la feria. Su padre también le aconsejaba leer la pieza de Ben Jonson referente a la feria (Stallybrass y White, 1986, págs. 118-9). Tenemos aquí un temprano ejemplo del proyecto de educación de la clase media para desarrollar descripciones y pedagogías estructuradas para nuevos públicos en torno del modo de leer las experiencias de la cultura popular en forma estetizada. Southwell es preciso en cuanto a los peligros de la empresa: que su hijo se pierda en infinitas distinciones que terminen en una rotunda «confusión». Esa es la amenaza del desorden que exige elevación y no inmersión, a fin de producir la apreciación estética desapegada.

Encontramos un ejemplo similar en la descripción que hace Wordsworth de la Feria de San Bartolomé en *The Prelude* (1805). Aunque la feria es «monstruosa», el autor se recrea en «el color, el movimiento, la forma, la vista y los sonidos» de las maravillas de todas partes del mundo que se mezclan para producir una transgresión y una confusión de los límites en las que los seres humanos se transforman en animales, los animales en seres humanos, etc. (Stallybrass y White, 1986, pág. 120). Para Wordsworth, la proliferación de la diferencia y la erosión de los límites en la feria y la ciudad amenazan con «soltar la cadena de significantes» y disolver su identidad en una «rotunda confusión» (Stallybrass y White, 1986, pág. 123). El temor a la inmersión total, a la pérdida de los límites y del yo se resuelve en Wordsworth mediante la invocación a la «Musa» clásica. En realidad, se invocan las jerarquías simbólicas de una estética clásica para conservar alguna idea neoclásica de un proyecto de educación en que el poeta eleve y ennoblezca los órdenes y las

formas inferiores. En las variedades del modernismo que se desarrollaron a fines del siglo XIX y en el posmodernismo de fines del siglo XX, la opción neoclásica estaba excluida y se exploraron y cultivaron los desórdenes figurales. Eso no implica que se abandonara la misión educativa: lejos de ello. Antes bien, el proyecto educativo pasó a ser un proyecto en el que se desarrollan las técnicas necesarias para un descontrol controlado de las emociones. Técnicas del yo que permitirán el desarrollo de formas de sensibilidad que nos dejen gozar de la oscilación entre los extremos de la participación y el desapego estéticos, de manera tal que pueda disfrutarse por igual de los placeres de la inmersión y del distanciamiento desapegado.

Por lo tanto, el proceso de civilización conllevó un control cada vez más grande de las emociones, la sensación de repugnancia ante las delaciones corporales, los olores, la transpiración y los ruidos del cuerpo inferior, y la sensibilidad hacia el espacio corporal propio. Comprometió a la clase media en un proceso de complejo distanciamiento respecto del otro popular, grotesco. Con todo, Stallybrass y White (1986, pág. 191) sostienen que este ascenso del umbral de la función repugnancia de que habla Elias (1978*b*) también carga con el complemento del deseo por el otro expulsado, que se convierte en fuente de fascinación, anhelo y nostalgia. De ahí los atractivos que para el burgués tienen el bosque, la feria, el teatro, el circo, los barrios bajos, lo salvaje, el lugar de descanso junto al mar. Si no se admitiera la experiencia de esos sitios, si las estructuras del proceso civilizador fueran demasiado rígidas, existiría la posibilidad de que esa zona peligrosa *exterior* a la conciencia se transformara en una zona *interior*, en el subconsciente alimentado por la lucha por excluirla. La histeria de las mujeres de clase media a fines del siglo XIX es un ejemplo del precio de la exclusión del cuerpo inferior y los desórdenes simbólicos asociados. Habría que añadir que en lugar de ver una fuerte polarización derivada del «binarismo del funcionamiento simbólico» que, según Stallybrass y White (1986, pág. 189), estaría en el centro de la producción cultural, también es posible identificar cambios en los equilibrios entre los procesos de civilización y de informalización (descontrol emocional) que representan en sí mismos un nivel más elevado de control de las emociones y no una regresión: esto es, un «descontrol

controlado de las emociones» (Wouters, 1987). En este sentido, he sostenido en otro lugar (capítulo 3) que el posmodernismo ha tomado mucho de la ola de informalización social y cultural de la década de 1960. Los elementos de lo carnavalesco que fueron desplazados al arte, y retenidos en ámbitos y en espectáculos de la cultura de consumo y en el cine y la televisión, ahora tienen audiencias de clase media más amplias que han abandonado la estructura más rígida de la personalidad asociada a la ética puritana de que habla Bell (1976), y se hallan en mejores condiciones de hacer frente a las emociones amenazantes. En verdad, hay fracciones de la clase media que se han educado más en un descontrol controlado de las emociones y en las formas de la sensibilidad y el gusto que sustentan una mayor apreciación de la estetización de la vida cotidiana.

## Observaciones finales

En este capítulo he intentado esbozar algunos de los rasgos de la estetización de la vida cotidiana y he sostenido que esta no es peculiar del posmodernismo, sino que se la puede rastrear hasta la experiencia de las grandes ciudades de mediados del siglo XIX según la describen Baudelaire, Benjamin y Simmel. He sostenido, asimismo, que también parecen haberse originado experiencias estéticas similares en el carnaval y las ferias, donde las clases medias emergentes se empeñaban en tratar de resolver la cuestión de las inversiones simbólicas y el cuerpo grotesco de los órdenes inferiores que subsistieron como una alteridad siempre presente que corría paralela al proceso de civilización. De hecho, para construir una identidad, para que uno sepa quién es, es preciso que sepa quién no es, y el material excluido o confinado a los límites puede seguir mostrando fascinación y atractivo y estimulando deseos. De ahí la atracción de los sitios de «desorden ordenado»: el carnaval, las ferias, el *music hall*, los espectáculos, los centros de vacaciones y, en la actualidad, los parques temáticos, los paseos comerciales, el turismo. Como observan Stallybrass y White (1986) en un comentario irónico, en realidad la burguesía nunca regresó del viaje de Bougainville y todavía sucumbe a la fascinación de la alteridad exótica construida.

# 6. Estilo de vida y cultura de consumo

La expresión «estilo de vida» está hoy de moda. Si bien tiene un significado sociológico más limitado en referencia al estilo de vida característico de determinados grupos de status (Weber, 1968; Sobel, 1982; Rojek, 1985), en la cultura de consumo contemporánea denota individualidad, expresión personal y una autoconciencia estilística. El cuerpo, la vestimenta, el habla, los entretenimientos de tiempo libre, las preferencias en materia de comidas y bebidas, la casa, el automóvil, los lugares elegidos para las vacaciones, etc., pueden considerarse indicadores del carácter individual del gusto y el sentido del estilo del propietario o consumidor. Suele considerarse que, en contraste con la década de 1950 —llamada «era del gris conformismo», una época de consumo *masivo*—, los cambios de las técnicas de producción, la segmentación del mercado y la demanda de consumo de un espectro más amplio de productos han hecho posible una variedad más amplia de opciones (cuyo manejo se convierte de por sí en un arte), no sólo para los jóvenes de la generación posterior a la década de 1960, sino también, en forma creciente, para las personas maduras y los ancianos. En relación con ello, pueden evocarse tres frases que Stuart y Elizabeth Ewen, en *Channels of Desire* (1982, págs. 249-51), consideran sintomáticas de las tendencias recientes de la cultura de consumo: «Hoy no hay moda: sólo hay *modas*»; «No hay reglas: sólo hay elecciones»; «Todo el mundo puede ser cualquiera». ¿Qué implica la sugerencia de que se han violado códigos de la moda vigentes durante mucho tiempo, que se libra una guerra contra la uniformidad, que hay un hartazgo de diferencia cuyo resultado es la pérdida del significado? Implica que nos encaminamos hacia una sociedad sin grupos de status fijos, donde ha quedado atrás la adopción de estilos de vida (manifiestos en la elección de la vestimenta, las actividades de tiempo libre, los bienes de consu-

mo, las disposiciones del cuerpo) que estén ligados a grupos específicos. Este movimiento aparente hacia una cultura de consumo posmoderna, basada en la abundancia de la información y la proliferación de imágenes que no pueden fijarse de manera definitiva u ordenarse jerárquicamente en un sistema que se corresponda con divisiones sociales fijas, sugeriría, además, la irrelevancia de las divisiones sociales y, en última instancia, el fin de lo social como punto de referencia significativo. En realidad, el fin de la relación determinista entre sociedad y cultura anuncia el triunfo de la cultura significante. ¿Usan los individuos los bienes de consumo como signos culturales a la manera de una asociación libre, para producir un efecto expresivo en un campo social en el que las viejas coordenadas están desapareciendo con rapidez? ¿O puede el gusto seguir siendo «leído» de manera adecuada, ser socialmente reconocido o relevado dentro de la estructura de clase? ¿El gusto todavía «clasifica al clasificador»? ¿La afirmación de un movimiento superador de la moda representa meramente una movida dentro del juego y no más allá de él, cuando es en realidad una nueva movida, una posición dentro del campo social de los estilos de vida y las prácticas de consumo que puede correlacionarse con la estructura de clases?

El presente capítulo es un intento de elaborar una perspectiva que vaya más allá de la idea de que los estilos de vida y el consumo son productos enteramente manipulados de una sociedad de masas, y de la posición opuesta, que procura preservar el campo de esos estilos y ese consumo o, por lo menos, algún aspecto determinado de él (por ejemplo, el deporte) como espacio lúdico autónomo que está más allá de la determinación. También intentaremos sustentar que la idea de que «no hay reglas, sólo elecciones» (que algunos celebran como un paso importante hacia la ruptura de las antiguas jerarquías de la moda, el estilo y el gusto y en favor de una aceptación igualitaria y tolerante de las diferencias y el reconocimiento del derecho de los individuos a gozar de los placeres populares que deseen sin chocar con la gazmoñería o la censura moral) no implica algo tan dramático como la implosión del espacio social, sino que hay que verla simplemente como una nueva movida dentro de él. Presentaremos una visión inspirada en la obra de Pierre Bourdieu para sostener que la mejor manera de comprender la nueva

concepción del estilo de vida es relacionándola con el *habitus* de la nueva pequeña burguesía, que, como fracción de clase en expansión e interesada fundamentalmente en la producción y la difusión de la imaginería y la información de la cultura de consumo, se preocupa por ampliar y legitimar sus propias inclinaciones y estilos de vida particulares. Y ello en un campo social en el que sus ideas son resistidas y puestas en tela de juicio, y, especialmente en Gran Bretaña, en un clima económico y una cultura política donde las virtudes de la pequeña burguesía tradicional han renacido. De todos modos, parecería provechoso plantear preguntas acerca de la cultura de consumo no sólo en términos de la motorización de la demanda que resulta de la eficacia de la producción de masas o la lógica del capitalismo, sino también descubrir cuáles son los grupos, los estratos o las fracciones de clase que participan de manera más estrecha en la producción de símbolos y, en particular, en la producción de imágenes e información que celebran el estilo y los estilos de vida. Lo que sigue es, en buena medida, una exposición esquemática, escrita en un nivel de generalidad muy alto, y que reconoce que, en última instancia, esas preguntas sólo pueden responderse mediante análisis empíricos que tomen en cuenta la especificidad de las sociedades particulares.

## Cultura de consumo

Emplear la expresión «cultura de consumo» es subrayar que el mundo de los bienes y sus principios de estructuración son fundamentales para comprender la sociedad contemporánea. Ello supone centrarse en dos puntos: primero, en la dimensión cultural de la economía, en la simbolización y el uso de bienes materiales como «comunicadores», y no sólo como utilidades; y segundo, en la economía de los bienes culturales, en los principios de mercado de la oferta, la demanda, la acumulación de capital, la competencia y la monopolización que operan *dentro de* la esfera de los estilos de vida, los bienes y las mercancías culturales.

Si abordamos en primer término la cultura de consumo, es manifiesto que el acento que en algunos círculos populares y académicos se pone en el materialismo de las socieda-

des de consumo contemporáneas está lejos de ser no problemático. Desde un punto de vista antropológico (Sahlins, 1974, 1976; Douglas e Isherwood, 1980; Leiss, 1983), los bienes materiales y su producción, intercambio y consumo han de entenderse dentro de una matriz cultural. También Elwert (1984) se ha referido a «la economía imbricada» para llamar la atención hacia las precondiciones culturales de la vida económica. También dentro del neomarxismo se ha abandonado la idea de ver los bienes meramente como utilidades que tienen sólo un valor de uso y un valor de cambio que pueden relacionarse con un sistema fijo de necesidades humanas. En este sentido, ha sido de particular importancia la obra de Baudrillard (1975, 1981), sobre todo su teorización del signo-mercancía. Para Baudrillard, el rasgo esencial del pasaje a la producción masiva de mercancías es que la obliteración del valor de uso «natural» original de los bienes a causa del predominio del valor de cambio bajo el capitalismo ha hecho que la mercancía se transformara en un signo en el sentido saussureano del término, cuyo significado está arbitrariamente determinado por su posición dentro de un sistema autorreferencial de significantes. El consumo no debe ser entendido, pues, como consumo de valores de uso, una utilidad material, sino primordialmente como consumo de signos. Este rechazo del referente, que es sustituido por un campo inestable de significantes flotantes, llevó a Kroker (1985) a caracterizar a Baudrillard como «el último y el mejor de los marxistas». Según Kroker, Baudrillard ha llevado la lógica de la forma mercancía hasta la revelación de «la ilusión referencial» presente en su núcleo: el nihilismo que Nietzsche había diagnosticado aparece como la culminación de la lógica del capitalismo.

Este predominio de la mercancía como signo ha conducido a algunos neomarxistas a subrayar el decisivo papel de la cultura en la reproducción del capitalismo contemporáneo. Jameson (1981, pág. 131), por ejemplo, dice que la cultura es «el elemento mismo de la propia sociedad de consumo; ninguna sociedad ha estado tan saturada de signos y de imágenes como esta». La publicidad y la exhibición de bienes en los «mundos oníricos» (Benjamin, 1982*b*; R. H. Williams, 1982) de las grandes tiendas y los centros urbanos actúan sobre la lógica del signo-mercancía para transgredir significados antes resguardados y crear yuxtaposiciones in-

sólitas y novedosas que de hecho dan un nuevo nombre a los bienes. Los bienes de consumo mundanos y cotidianos pasan a asociarse con el lujo, el exotismo, la belleza y la fantasía, y cada vez es más difícil descifrar su «uso» originario o funcional. Baudrillard (1983*a*) destacó el papel clave de los medios electrónicos de comunicación de masas en la sociedad del capitalismo tardío. La televisión produce una indigestión de imágenes y de información que amenaza la percepción que tenemos de la realidad. El triunfo de la cultura significante conduce a un mundo de simulacros donde la proliferación de signos e imágenes ha borrado la distinción entre lo real y lo imaginario. Para Baudrillard (1983*a*, pág. 148), eso quiere decir que «en todas partes vivimos ya en una alucinación "estética" de la realidad». La «muerte de lo social, la pérdida de lo real, nos llevan a una *nostalgia* por lo real: una fascinación por y una búsqueda desesperada de personas reales, valores reales, sexo real» (Kroker, 1985, pág. 80). La cultura de consumo, en efecto, es para Baudrillard una cultura posmoderna, una cultura sin profundidad en la que todos los valores se revalúan y el arte ha triunfado sobre la realidad.

La estetización de la realidad pone en el primer plano la importancia del estilo, cosa también alentada por la dinámica del mercado modernista, con su búsqueda permanente de nuevas modas, nuevos estilos, nuevas sensaciones y experiencias. De este modo se da mayor vigencia a la antigua noción contracultural artística, encarnada en el modernismo, de que la vida es o debe ser una obra de arte. En su investigación de la publicidad en Canadá, William Leiss (1983) ha señalado que a lo largo de los últimos cincuenta años se ha producido un cambio (notorio sobre todo en la televisión) que permitió a los anuncios que contenían información sobre el producto ceder su lugar a los que incorporan imágenes de un estilo de vida más suelto.[1]

[1] Por consiguiente, reviste menos importancia respaldar la calidad del producto (aun cuando algunos bienes de consumo siguen necesitando de una información funcional), puesto que a la mercancía se asocia una experiencia que se consume junto con ella. Si bien esta experiencia tiene una dimensión psicológica relacionada con la satisfacción de la fantasía, tiene también una dimensión social vinculada con el papel que los bienes desempeñan como comunicadores. Debe observarse además una tendencia más general según la cual no sólo los bienes sino también las experiencias

El interés por el estilo de vida, por la estilización de la vida, sugiere que las prácticas de consumo, la planificación, la compra y la exhibición de bienes y experiencias de consumo en la vida cotidiana no pueden entenderse meramente mediante las ideas de valor de cambio y de cálculo racional instrumental. Las dimensiones instrumentales y expresivas no deberían verse como polaridades excluyentes del tipo «o . . . o», sino que puede concebírselas como un equilibrio producido por la cultura de consumo. Por consiguiente, es posible hablar de un hedonismo calculador, un cálculo del efecto estilístico y una economía emocional, por una parte, y de una estetización de la dimensión racional instrumental o funcional, a través de la promoción de un distanciamiento estetizante, por la otra. En vez de adoptar irreflexivamente un estilo de vida, por tradición o por hábito, los nuevos héroes de la cultura de consumo hacen del estilo de vida un proyecto de vida y exhiben su individualidad y su sentido del estilo en la particularidad del montaje de bienes, ropas, prácticas, experiencias, apariencia e inclinaciones corporales que reúnen en un estilo de vida. El individuo moderno de la cultura de consumo sabe que no sólo habla con su vestimenta, sino también con su casa, su mobiliario, la decoración, el automóvil y otras actividades que deben leerse y clasificarse en términos de presencia o de ausencia de gusto. La preocupación por un estilo de vida y una autoconciencia estilística hechos a medida no sólo puede hallarse entre los jóvenes y los opulentos; la publicidad de la cultura de consumo sugiere que en todos hay lugar para la autosuperación y la autoexpresión, sean cuales fueren nuestra edad o nuestros orígenes de clase. Este es el mundo de los hombres y de las mujeres que están a la busca de lo más nuevo y lo último en relaciones y experiencias, que son sensibles a la aventura y corren los riesgos de explorar plenamente las opciones de vida, que son conscientes de que sólo tienen una vida y deben esforzarse intensamente para gozarla, experimentarla y expresarla (Winship, 1983; Featherstone y Hepworth, 1983).

---

se convierten en mercancías: los espectáculos deportivos, el turismo, los parques temáticos, Disneylandia, etc., suponen cada vez más una percepción estéticamente mediada —esto es, distanciada— de la «realidad».

A menudo se ha señalado, en contra de la visión de una gris cultura de masas conformista en la que los individuos utilizan los bienes de acuerdo con los fines imaginados por los anunciantes, que el significado y el uso de los bienes de consumo, el proceso de decodificación, son complejos y problemáticos. Raymond Williams (1961, pág. 312), por ejemplo, sostiene que los elementos de uniformidad comunes a las diversas clases en materia de vivienda, vestimenta y tiempo libre no son significativos para la comprensión de la estructura de clases. Antes bien, clases diferentes tienen diferentes formas de vida y visiones de la naturaleza de las relaciones sociales que forman una matriz dentro de la cual se realiza el consumo. Debería observarse, además, que las uniformidades se reducen poco a poco con: 1) los cambios de la capacidad técnica que permiten que en las cadenas de producción se introduzca una mayor variedad y diferenciación de productos, y 2) la creciente fragmentación del mercado. En efecto, los individuos consumen cada vez más productos diferentes. Esto, unido a la tendencia a una imaginería publicitaria más difusa y ambigua en los estilos de vida que ha señalado Leiss, estimula una variedad de lectura de los mensajes (que utilizan cada vez más formatos modernistas y hasta posmodernistas: una cháchara vendedora que al mismo tiempo educa y adula). Por lo tanto, la cultura de consumo está más cerca, en apariencia, de satisfacer la individualidad y las diferencias que siempre prometió.

Hay que atenuar la tendencia de la cultura de consumo a diferenciar, a estimular el juego de la diferencia, con la observación de que las diferencias deben ser reconocidas y legitimadas socialmente: la alteridad total, lo mismo que la individualidad total, corre el riesgo de volverse irreconocible. La observación de Simmel (Frisby, 1985*a*) de que la moda encarna las tendencias contradictorias de la imitación y la diferenciación, y su supuesto de que la dinámica de aquella es tal que su popularidad y su expansión la conducen a la autodestrucción, sugieren que debemos examinar más de cerca los procesos sociales que estructuran el gusto en los bienes de consumo y los estilos de vida, y plantear la cuestión de si la preocupación por el estilo y la individualidad refleja de por sí las predisposiciones de una fracción de clase particular interesada en la legitimación de su propia constelación de gustos como los *gustos* de lo social, más que

lo verdaderamente social en sí mismo. Para ello debemos seguir poniendo el acento en la producción de gustos distintivos en estilos de vida y bienes de consumo, pero descender del alto nivel de generalidad que subraya el proceso social y cultural, la lógica del capitalismo de la que puede decirse que ha puesto al estilo de vida en un primer plano, a una consideración de la producción de gustos de estilos de vida en un espacio social estructurado en el que diversos grupos, clases y fracciones de clase luchan y compiten por imponer sus propios gustos particulares como *los* gustos legítimos, y con ello, de ser necesario, por bautizar y rebautizar, clasificar y reclasificar, ordenar y reordenar el campo. Esto apunta a un examen de la economía de los bienes culturales y de los estilos de vida mediante un enfoque inspirado en la obra de Pierre Bourdieu.

## La economía de los bienes culturales y el espacio social de los estilos de vida

En primer lugar, debe subrayarse que al hablar de una economía de los bienes culturales no damos a entender un reduccionismo que restrinja la producción de bienes y de estilos de vida a *la* economía; antes bien, seguir el enfoque de Bourdieu es reconocer la autonomía de prácticas particulares que deben entenderse en términos de la dinámica interna, los principios de estructuración y los procesos que operan dentro de un campo particular y que actúan de manera análoga a una economía. De ahí que haya procesos de competencia de mercado, influjos procedentes de la producción y el consumo, tendencias de segmentos y grupos del mercado a la monopolización, que obran en todas las prácticas sociales de maneras específicas, y ello en campos tan difusos como la ciencia, el deporte, el arte, el envejecimiento, los intercambios lingüísticos, la fotografía, la educación, el matrimonio, la religión. Además, cada campo social debe ser visto como un sistema en el que cada elemento en particular (los agentes, los grupos o las prácticas) recibe sus valores distintivos (en el sentido saussureano) de sus relaciones con los demás elementos. Con todo, Bourdieu no es estructuralista, y tiene conciencia de la necesidad de analizar

la historia de un campo, de examinar un *proceso*: las cambiantes trayectorias de determinados elementos del campo a lo largo del tiempo, que modifican las posiciones relativas que producen tanto la estructura de los elementos fijos como el significado de los elementos individuales que están dentro de él.

Para hacer más concreto el enfoque e introducir el análisis de los estilos de vida, conviene examinar *Distinction*, de Bourdieu (1984). Para Bourdieu, el gusto en materia de bienes culturales funciona como un indicador de clase; en la obra mencionada, procura delinear el campo social de los distintos gustos en prácticas culturales «elevadas» legítimas (visitas a museos, asistencia a conciertos, lectura) y también el gusto en materia de estilos de vida y preferencias de consumo (incluyendo la alimentación, las bebidas, la vestimenta, las novelas, los periódicos, las revistas, las vacaciones, los pasatiempos, los deportes, las actividades de tiempo libre). Tanto la cultura en el sentido «elevado» cuanto en sentido antropológico se inscriben, pues, en el mismo espacio social. Sin embargo, las oposiciones y la determinación relacional del gusto se vuelven más claras cuando el espacio del estilo de vida se superpone a un mapa de la estructura de clase y ocupacional cuyo principio básico de estructuración es el volumen y la composición (económica o cultural) del capital que los grupos poseen. Para dar algunos ejemplos de las correlaciones resultantes (véase Bourdieu, 1984, págs. 128-9): quienes tienen un alto volumen de capital económico (industriales, empleadores comerciales) gustan de las comidas de negocios, los autos importados, los remates, una segunda casa, el tenis, el esquí acuático, las galerías de la margen derecha del Sena. Quienes cuentan con un alto volumen de capital cultural (docentes de enseñanza superior, productores artísticos, docentes secundarios) gustan de las galerías de la margen izquierda, los festivales de vanguardia, *Les Temps Modernes*, las lenguas extranjeras, el ajedrez, los mercados de pulgas, Bach, las montañas. Los que tienen un capital bajo tanto económica cuanto culturalmente (obreros calificados, semicalificados o sin calificación) gustan del fútbol, las papas, el vino tinto común, los espectáculos deportivos, los bailes públicos.

Señalar ejemplos como estos no hace justicia a las complejidades del espacio social en que las posiciones interme-

dias desempeñan un papel definitivo en la producción del conjunto relacional de opciones de gusto de grupos particulares (véase Featherstone, 1987*a*). Ofrece, además, una versión estática que encubre la dinámica relacional del campo en que se verifica la introducción de nuevos gustos, o su inflación, cuando los grupos inferiores emulan o usurpan los correspondientes a los grupos superiores, lo que hace que estos respondan con la adopción de nuevos gustos que restablecerán y mantendrán la distancia originaria (por ejemplo, la popularidad o la comercialización masiva, ya sea de la obertura de *Guillermo Tell* o la introducción de un champaña relativamente barato en supermercados y tiendas como Marks and Spencer, lo cual supondrá necesariamente que los grupos más altos adopten composiciones musicales más vanguardistas, compren una nueva bebida más rara o beban champaña añejo). Por tanto, los grupos dominantes procuran poseer o establecer lo que William Leiss (1983) llama «bienes posicionales», que son prestigiosos porque se impone una escasez artificial de su oferta. Uno de los problemas que origina la dinámica de la cultural de consumo es que se suscita constantemente una inflación, dado que bienes escasos o limitados se comercializan entre la población en general o entran en el mercado, lo que provoca una carrera social a saltos para mantener reconocibles las distinciones. La satisfacción depende de la posesión o del consumo de los bienes culturales socialmente sancionados y legitimados (y, por tanto, escasos o limitados).

Por tanto, tiene sentido hablar de la génesis del gusto por los estilos de vida y los bienes culturales en términos de la posesión de un volumen de capital tanto económico como cultural. Intentar relevar el gusto sólo en términos de ingresos es pasar por alto el doble principio actuante, puesto que el capital cultural tiene su propia estructura de valor, que consiste en su convertibilidad en poder social, independientemente del ingreso o del dinero. El dominio cultural tiene, pues, su propia lógica y su propia divisa, así como una tasa de conversión en capital económico. Para quienes poseen un alto volumen de capital cultural, los intelectuales y los académicos, el prestigio, la legitimidad, la escasez relativa y, por tanto, el valor social de ese capital, dependen de un rechazo del mercado de bienes culturales y de una desmentida de la pertinencia y la necesidad de convertir el capital

cultural en capital económico. Esta falta de reconocimiento del hecho de que hay una tasa de cambio y que los bienes culturales prestigiosos son redimibles en dinero apunta a la conservación de una esfera cultural «elevada», «sagrada», en que artistas e intelectuales luchan por dar a luz los productos de sus talentos «naturales» (la ideología del carisma). Indica también el prestigio que se reconoce a la producción simbólica frente a la producción económica, y que los intelectuales han sido capaces de establecer un monopolio en la definición del gusto legítimo dentro del dominio cultural, para distinguir, juzgar y jerarquizar entre lo que es de buen y mal gusto, entre la mirada pura y el vulgo, entre el distanciamiento estético y el goce sensorial directo.

Por tanto, los intelectuales (la fracción dominada de la clase dominante) emplean la lógica de los sistemas simbólicos para producir distinciones que contribuyen a la reproducción de las relaciones existentes entre clases y las fracciones de clases. En este aspecto, comparten con la burguesía (la fracción dominante de la clase dominante) el interés por mantener la situación vigente de las relaciones materiales de clase, en que el capital económico goza de un alto prestigio y una elevada tasa de cambio cuando se lo convierte en capital cultural. Por consiguiente, siempre procurarán incrementar la autonomía del campo cultural y reforzar la escasez de capital cultural resistiéndose a las medidas favorables a una democratización de la cultura.

Si bien los intelectuales, como especialistas en producción simbólica, procuran monopolizar el ingreso en ese campo, actúan en una situación en que inflación e inestabilidad se convierten progresivamente en la norma: la dinámica vanguardista *interna* del modernismo artístico genera una nueva oferta de bienes culturales acreditados, en tanto que la dinámica *externa* del propio mercado de consumo crea una demanda popular de bienes artísticos escasos. Sería provechoso examinar esta segunda dinámica en relación con los difusores de la producción simbólica, la nueva pequeña burguesía, y plantear la cuestión de la relación entre esta fracción de clase y los intelectuales, lo cual nos conducirá a dar algunas respuestas tentativas a nuestra especulación originaria acerca del papel de esa nueva pequeña burguesía en la estimulación de la demanda de la forma de estilo de vida consistente en una estilización de la vida.

En uno de los capítulos más penetrantes de *Distinction* (1984, pág. 359), Bourdieu analiza la nueva pequeña burguesía, los intermediarios culturales que suministran bienes y servicios simbólicos. Lo que es importante señalar en relación con esta fracción de clase es su trayectoria ascendente dentro del espacio social. En contraste con grupos como los campesinos y los agricultores, que declinan en número a causa de los cambios que se producen en la división del trabajo y que propenden, por tanto, a una visión pesimista y nostálgica del mundo, la nueva pequeña burguesía está en crecimiento numérico y tiene, en consecuencia, una visión progresista del mundo. Bourdieu define al pequeño burgués como «un proletario que se empequeñece para transformarse en burgués». Es típico que inviertan en capital cultural y educativo. La nueva pequeña burguesía se aleja de la vieja pequeña burguesía y de las clases trabajadoras por la atracción que ejercen sobre ella las cualidades aristocráticas más ingenuas (estilo, distinción, refinamiento) en su búsqueda de estilos de vida expresivos y liberados.

En este punto es útil el concepto de *habitus* elaborado por Bourdieu para esbozar el conjunto de disposiciones que determinan gustos y caracterizan este estrato. Bourdieu llama *habitus* a las disposiciones inconscientes, los esquemas clasificatorios, las preferencias autoevidentes que se ponen de manifiesto en la percepción que el individuo tiene de la adecuación y la validez de su gusto por los bienes y las prácticas culturales: arte, comida, vacaciones, pasatiempos, etc. Es importante subrayar que el *habitus* no solamente opera en el nivel de la cognoscibilidad cotidiana, sino que se inscribe también en el cuerpo, y se revela en la talla, el volumen, la configuración y la postura corporales, en la forma de caminar, de sentarse, de comer, de beber, en la cantidad de tiempo y espacio sociales que un individuo se cree con derecho a reclamar, el grado de estima por el cuerpo, la altura y el tono de la voz, el acento, la complejidad de las pautas de habla, los gestos corporales, la expresión facial, la sensación de comodidad con el propio cuerpo: todas esas cosas delatan el *habitus* de nuestros orígenes. En síntesis, el cuerpo es la materialización del gusto de clase: el gusto de clase está *encarnado*. Cada grupo, clase o fracción de clase tiene un *habitus* diferente; de ahí que la serie de diferencias, la fuente de las distinciones y la vulgaridad del

gusto, puedan relevarse en un campo social que en realidad debería constituir una tercera grilla que se debe superponer al espacio de los estilos de vida y el capital de clase u ocupacional antes examinados.

Si pasamos a considerar ahora el *habitus* del nuevo pequeño burgués, es evidente que, en tanto el burgués se siente cómodo y seguro con su cuerpo, el pequeño burgués está incómodo con el suyo, y constantemente se controla, se observa y se corrige a conciencia. De ahí el atractivo que despiertan las técnicas de mantenimiento del cuerpo, los nuevos deportes y formas de ejercicio californianos, la cosmética y la alimentación sana, porque el cuerpo es tratado como un signo para los demás y no como un instrumento. El nuevo pequeño burgués es un simulador: aspira a más de lo que es y asume una orientación inversionista hacia la vida; posee poco capital económico o cultural y por tanto debe adquirirlo. El nuevo pequeño burgués adopta, pues, un modo de vida de aprendizaje; se educa autoconscientemente en el campo del gusto, el estilo y el estilo de vida.

Un enfoque de la vida que se caracteriza por una actitud de querer «la chancha y los veinte» busca a la vez la seguridad *y* la aventura. El nuevo narcisismo en que los individuos procuran maximizar y experimentar la gama de sensaciones disponibles, la búsqueda de la expresión y autoexpresión, la fascinación por la identidad, la presentación y la apariencia hacen del nuevo pequeño burgués un consumidor «natural». En determinado momento, Bourdieu (1984, pág. 370) se refiere a la nueva pequeña burguesía como los «nuevos» intelectuales

«que están inventando un arte de vivir que les da las gratificaciones y el prestigio del intelectual al costo más bajo: en nombre de la lucha contra los "tabúes" y la eliminación de los "complejos", adoptan los aspectos más externos y fácilmente apropiables del estilo de vida intelectual, costumbres liberadas, abusos cosméticos o sastreriles, poses y posturas emancipadas, y aplican sistemáticamente su disposición cultivada a la cultura aún no legitimada (cine, historietas, el *underground*), la vida cotidiana (arte callejero), la esfera personal (sexualidad, cosméticos, educación de los niños, tiempo libre) y lo existencial (la relación con la naturaleza, el amor, la muerte)».

Son la audiencia y los transmisores perfectos, los intermediarios de la nueva popularización intelectual, que no es sólo popularización de cuerpos de conocimientos sino también del *estilo de vida* intelectual. Un enfoque que cumple las funciones de distinción, puesto que «pone a disposición de *casi* todos las poses distintivas, los juegos distintivos y otros signos externos de riquezas internas antes reservados a los intelectuales» (Bourdieu, 1984, pág. 371). En realidad, la nueva ética abrazada por la vanguardia de la nueva burguesía y la nueva pequeña burguesía bien puede hallarse en el proceso de creación del *consumidor perfecto*.

Por tanto, la nueva pequeña burguesía se identifica con el estilo de vida de los intelectuales y actúa como intermediaria en la transmisión de las ideas de estos a una audiencia más amplia. Sus miembros actúan también como empresarios culturales por derecho propio en el intento de legitimar la intelectualización de nuevas áreas de experiencia tales como la música popular, la moda, el diseño, las vacaciones, el deporte, la cultura popular, etc., que paulatinamente son sometidas a un análisis serio. No se trata, en este punto, de que la nueva pequeña burguesía promueva un estilo particular, sino, más bien, de que aporta y propicia un interés general por el estilo mismo, la nostalgia por los estilos pasados, el interés por el más reciente que, en una época que carece de un estilo distintivo —lo que Simmel caracterizaba como la peculiar cualidad desestilizada de la vida moderna—, suscitan fascinación y están sometidos a interpretación y reinterpretación constantes.

Si bien la nueva pequeña burguesía tiene afinidades y similitudes con los intelectuales, también encuentra un aliado natural en la nueva burguesía. En ambas, el adjetivo «nueva» implica que viajan por el espacio social, y han abandonado el estrecho ascetismo de la pequeña burguesía, para promover ahora normas de consumo más hedonistas y expresivas. Los dos grupos generan advenedizos y un autodidactismo que puede advertirse en la actitud de aprendizaje que adoptan en relación con la cultura: con la sagrada «alta» cultura, pero también con la cultura popular y, más en general, con el estilo y las prácticas de consumo. La generación de un estilo de vida satisfactorio y expresivo, ajustado a través del consumo abundante y una presentación estilizada del yo ejecutante (Featherstone, 1982), de los asociados y de

las mercancías, puede entenderse como central para las series televisivas de popularidad internacional acerca del nuevo rico estadounidense del Cinturón del Sol:* *Dallas* y *Dinastía*. Parte de la fascinación de estas se relaciona con el contexto de una sociedad de consumo que solicita a individuos de todas las clases, en mercados con objetivos diferentes, que aprovechen sus crecientes expectativas para aventurarse en el camino de la autosuperación y la estilización.[2]

Por último, señaladas las afinidades entre los intelectuales y la nueva pequeña burguesía en su papel de productores simbólicos, pueden hacerse varias observaciones acerca de la dinámica del campo de los estilos de vida y los bienes culturales que tienden a acercar más entre sí a los dos grupos:

1. En el espacio social debe introducirse el tiempo, que es una de las dimensiones (acaso la mejor) para medir la distancia entre los estilos y los estilos de vida. La introducción de nuevos estilos desequilibra el orden jerárquico de distinciones existente. Los estilos y estilos de vida fuera de moda pueden suscitar la lealtad de aquellos cuyos años de formación transcurrieron cuando «su» estilo gozaba de adhesión y de legítima popularidad. A la vanguardia le corresponde, desde luego, la situación opuesta. Por tanto, el campo genera, con el paso del tiempo, una devaluación de los estilos establecidos. Los gustos y los estilos están sujetos a un deslizamiento adicional en el mercado a causa de la dinámica de la popularización en la cultura de consumo. Para la vanguardia y los conocedores, la popularización es esencialmente una devaluación. Esto ocurre con toda una gama de actividades y prácticas culturales populares, no sólo en el modernismo

* *Sun-belt* en el original, nombre que se da popularmente al sur y el sudoeste de los Estados Unidos. (*N. del T.*)

[2] No es este el lugar para presentar un análisis de la clase trabajadora en este aspecto. Baste con decir que el análisis que Bourdieu hace de la clase obrera francesa que tiene que arreglárselas con «las opciones de necesidad», si bien parece cierto para la clase trabajadora *lumpen*, tradicional o desocupada, no toma en consideración las fracciones privatizadas y orientadas hacia el consumo que tienen, desde ya, pautas de consumo que difieren de las que tienen la nueva pequeña burguesía y la burguesía y un *habitus* muy distinto, pero pueden identificarse con estos grupos a través de la problemática del autodidactismo: turbación y actitud de aprendizaje.

artístico, que es el modelo. En la música popular (en sí misma, una denominación inaceptable para la vanguardia que procura legitimar su práctica mediante prácticas de cuasi monopolización y cierre que imponen nuevas jerarquías de experiencia y rebautizan el campo: «música de rock»), como lo ha señalado Bernice Martin (1981), la popularidad es de doble filo: los adolescentes abandonaron a Rod Stewart o a Los Beatles cuando estos ingresaron en el mercado de los más chicos en sintonía con las modas musicales y en el de las personas adultas y de mediana edad.

2. En estratos como el de los intelectuales (y aquí pensamos en especial en el arte y la dinámica del modernismo) hay una lucha entre los establecidos y los marginales o recién llegados (Bourdieu, 1979; Elias y Scotson, 1965). Los recién llegados adoptan estrategias subversivas, buscan la diferencia, la discontinuidad y la revolución o un regreso a los orígenes para hallar el verdadero significado de una tradición: estrategias para crear un espacio para sí mismos y desplazar a los establecidos. En el período de la posguerra, los individuos que ingresaron en la educación superior y las actividades intelectuales en la década de 1960 suscitaron una confrontación con la «alta cultura» establecida que puede interpretarse de esta manera.[3]
3. Una de las estrategias subversivas de los intelectuales marginales y de los nuevos empresarios culturales consiste en tratar de legitimar nuevos campos para plantarse frente a y socavar las restringidas definiciones tradicionales del gusto aportadas por los intelectuales establecidos y encarnadas en una alta cultura. El rock, la moda, el cine se canonizan como áreas intelectuales legítimas para críticos, intérpretes y popularizadores.

   No hay que ver en esta una estrategia unidireccional; la imposición de nuevas reglas de juego por parte de los intelectuales marginales aliados con los intermediarios culturales de la nueva pequeña burguesía también puede crear condiciones que obliguen a los intelectuales es-

[3] En Cas Wouters (1986) se hallará un análisis del proceso de informalización producido en la década de 1960 desde una perspectiva basada en la teoría del proceso de civilización de Elias.

tablecidos a participar en el nuevo juego y adoptar estrategias que popularicen e interpreten textos, estilos y prácticas en los medios de comunicación populares, a fin de tratar de mantener o restablecer una apariencia de su anterior monopolio de la autoridad cultural. Cabe hacer aquí dos observaciones conexas: en primer lugar, la exigencia de los intermediarios culturales, con sus recursos económicos y su conocimiento especializado, de presentar y *realizar* sus intereses culturales (aunque para una audiencia masiva) es halagadora para los intelectuales establecidos. Combate también la acusación de elitismo y de gusto pasado de moda. Por eso los compositores «clásicos» dirigen óperas populares, los directores de orquesta tocan jazz, los intelectuales procuran y son llamados a participar en programas de preguntas y respuestas, de entrevistas, etc., gracias al voraz apetito de «conocimiento especializado» y una nueva interpretación de los viejos estilos y el descubrimiento de otros nuevos. En segundo lugar, debemos notar la aparición de intelectuales célebres (Vaughan, 1986) que pasan por el mismo proceso, pero que al hacerlo atentan contra su autoridad cerrada, sagrada, dado que se aventuran en la popularización. Aun cuando no se arriesguen a intervenir en programas populares masivos (por ejemplo, de ciencia y de historia natural —Magnus Pike y David Bellamy en el Reino Unido—, en los que sobreactúan el estereotipo del científico loco y turbulento), los debates de trasnoche o en canales de minorías entre los expertos culturales devalúan su conocimiento especializado al ponerlo en el mismo nivel que otros programas. En pocas palabras, sus habilidades como comunicadores y actores tienen prioridad sobre el contenido *sagrado* de sus mensajes.

4. Se establecen nuevas instituciones de registro, conservación y análisis de productos culturales (por ejemplo, habrá un archivo o museo de cultura popular cerca o como un anexo de las «sagradas» galerías de arte), nuevas publicaciones para popularizar programas de radio y televisión e interpretar el gusto, asociaciones de consumidores para someter a prueba los productos. También se ha incrementado el número de personal empleado en tareas de intermediación cultural. En síntesis, el mercado

de la cultura es un mercado en expansión que socava la moneda tradicional y a quienes le daban autenticidad. (Acerca de esta dinámica en el arte, véase Bourdieu, 1971.)

5. Ha aumentado la capacidad de circulación de la información. Los estilos y las obras de arte pasan rápidamente de los productores a los consumidores. Antiguas y sagradas obras de arte (como la *Mona Lisa*) se sacan a la calle para que audiencias masivas de diferentes culturas las examinen. En este aspecto, el proceso de globalización contribuye a fortalecer el papel de los intermediarios culturales que administran las nuevas cadenas mundiales de distribución de medios de comunicación (por satélite, etc.). También arrastra a los intelectuales a la interpretación de tradiciones y estilos en una nueva circunstancia global: la de un policulturalismo. Esto profundiza el debilitamiento de la autoridad (ilustrada) de las jerarquías occidentales establecidas del gusto cultural (elevado). Por consiguiente, los intelectuales tienen que adoptar un nuevo papel como *intérpretes* de la gran variedad y *riqueza* de las diversas tradiciones culturales que pueden presentarse ante nuevas audiencias como significativas y exóticas, sin aventurarse en áreas de juicio o de jerarquización de valores (Bauman, 1985).
6. Lo anterior puede ligarse a una estrategia de los intelectuales marginales, que es la de mostrarse intentando subvertir todo el juego: el posmodernismo. Con el posmodernismo, las distinciones y jerarquías tradicionales se derrumban y se reconoce el policulturalismo, lo cual armoniza con la circunstancia global; se celebra el *kitsch*, lo popular y la diferencia. Su innovación cultural que proclama un *más allá* es, en realidad, un *dentro de*, una nueva movida en el juego intelectual, que toma en consideración las nuevas circunstancias de la producción de bienes culturales, que a su vez los intermediarios culturales saludarán como eminentemente comercializables.

# 7. Culturas urbanas y estilos de vida posmodernos

¿Cómo debe entenderse el reciente incremento del interés por las culturas urbanas y los estilos de vida de la ciudad? En cierto nivel podemos sostener, con plena razón, que las ciudades siempre han tenido culturas, en el sentido de que han producido productos culturales, artefactos y edificios distintivos y formas de vida distintivas. Es posible ser aun más «culturalista» y afirmar que la propia organización del espacio, la disposición de los edificios, es en sí misma una manifestación de códigos culturales particulares. En este caso, determinados códigos culturales «profundos» pueden predisponernos a ver las ciudades, por ejemplo, como entidades primariamente económicas, funcionales o estéticas. Si se pasa, digámoslo así, de una insistencia más económica y funcional a otra más cultural y estética, ¿es provechoso el intento de relacionar este cambio con los proclamados pasos de la modernidad y el modernismo hacia la posmodernidad y el posmodernismo? Si por el momento hacemos a un lado esta pregunta y nos concentramos en el primer nivel, esto es, la idea de que las ciudades siempre han tenido culturas, podemos considerar que con ello se dan a entender dos sentidos de la palabra «cultura»: la cultura como un modo de vida (el sentido antropológico) y la cultura como las artes, productos y experiencias culturales espiritualmente exaltantes (la alta cultura). Uno de los temas centrales que plantearé en este capítulo se refiere a que ha habido un desdibujamiento de los límites entre estos dos sentidos de la cultura, lo cual ha ampliado la gama de fenómenos designados con ese término desde el punto de vista de las artes (alta cultura), hasta incluir un vasto espectro de culturas populares y cotidianas, en el que prácticamente cualquier objeto o experiencia puede estimarse de interés cultural. Esto se ha acompañado de un desplazamiento de la atención, que se aparta de los estilos de vida entendidos

como un conjunto relativamente fijo de inclinaciones, gustos culturales y prácticas de tiempo libre que delimitaban recíprocamente a los grupos, para suponer que en la ciudad contemporánea dichos estilos se forman de manera más activa. De ahí que se abandone la idea de que el estilo de vida se funda en la clase o el barrio, para considerarlo como la estilización activa de la vida, en que la coherencia y la unidad ceden paso a la exploración lúdica de experiencias transitorias y efectos estéticos superficiales. La acción combinada de estos cambios demuestra ser una fuente de fascinación para muchos comentaristas culturales, dispuestos a considerarlos como indicadores de un desplazamiento social y cultural más fundamental al que cada vez más se alude con el término «posmodernismo».

En este capítulo intentaré comprender esos cambios centrándome en dos cosas: en primer lugar, en las transformaciones que se están produciendo en los estilos de vida y las culturas urbanas y que supuestamente equivalen a un cambio posmoderno; y, en segundo lugar, en el planteo de la cuestión de los cambios de las estructuras y relaciones sociales que inclinan a determinados grupos de especialistas e intermediarios culturales a explotar y desarrollar nuevos mercados de bienes y experiencias culturales. En suma, hay que prestar atención al papel de los intérpretes, portadores y promotores de una gama de nuevos bienes y experiencias culturales, y de la percepción de que esos bienes y experiencias son significativos, importantes y dignos de inversión.

Antes de tratar estas cuestiones con más detalle, podemos referirnos brevemente a algunos factores que conciernen a la manera en que llegaron a tematizarse la cultura de las ciudades y los estilos de vida urbanos. En primer lugar, existe el supuesto de que determinadas ciudades (Florencia o Venecia, por ejemplo) son centros culturales que contienen tesoros artísticos y una herencia cultural del pasado que se encuentran tanto en museos y galerías cuanto en el tejido de los edificios y el trazado, y que representan la fuente primera de su capital cultural. Paralelamente a la idea de que la ciudad puede ser considerada una «obra de arte» (Olsen, 1986), como en los dos ejemplos mencionados, o en el caso de la sobresaliente belleza natural del lugar (Río de Janeiro o San Francisco, por ejemplo) que puede juzgarse como una fuente alternativa de prestigio o capital cultural, tenemos la

concepción de que las ciudades también pueden ser centros culturales en la medida en que albergan industrias del tiempo libre y del entretenimiento. Determinadas metrópolis (como Nueva York, París, Los Angeles, Londres) pueden ser poderosas en capital cultural, en cuanto son centros de producción cultural y dan cabida no sólo a las artes (un sector aún en expansión), sino también a las industrias de la cultura de masas de la moda, la televisión, el cine, el mundo editorial, la música popular, el turismo y el tiempo libre. En este contexto, el empleo de la noción de capital cultural (Bourdieu, 1984) tiene el fin de señalar fuentes de riqueza alternativas al capital económico (financiero e industrial), cuyo valor, no obstante, pueda ser redimible y reconvertible en valor económico a través de todo un conjunto de caminos directos e indirectos. De ahí la buena disposición de los planificadores de políticas nacionales, las administraciones de las ciudades y los capitalistas privados para alentar y buscar inversiones en la cultura (Fisher *et al.*, 1987) y su sensibilidad a la importancia de la imagen de la ciudad en condiciones de una competencia más intensa.

En segundo lugar, la expansión general de la esfera cultural dentro de las sociedades occidentales contemporáneas no sólo indica la ampliación del mercado de bienes e información culturales, sino también la forma en que la compra y el consumo de mercancías —supuestamente un acto material— están cada vez más mediados por difusas imágenes culturales (a través de la publicidad, la exhibición y la promoción), en que el consumo de signos o el aspecto simbólico de los bienes se transforman en la fuente principal de la satisfacción obtenida (Baudrillard, 1981). Puede aludirse en este punto al creciente relieve de las formas de consumo del tiempo libre, en que se hace hincapié en el consumo de experiencias y placer (por ejemplo, los parques temáticos, los centros de turismo y de recreación), y al hecho de que formas más tradicionales de consumo de la alta cultura (como los museos y las galerías) se renuevan para abastecer a audiencias más amplias y permutan el arte canónico, aurático y las pretensiones educativas y formativas por un énfasis en lo espectacular, lo popular, lo placentero y lo inmediatamente accesible. Puede afirmarse, además, que hay otras convergencias entre estas dos formas culturales y una tercera: el desarrollo de paseos comerciales y centros de compra.

En tercer lugar, la amplitud de la gama disponible de actividades culturales y de tiempo libre no solamente ha ensanchado la variedad de estilos de vida ociosos, sino que también ha acarreado algunos cambios cualitativos. Como lo señalé antes, en algunos grupos (sobre todo los sectores jóvenes de las clases medias con educación superior) se manifiesta la tendencia a asumir una postura más activa respecto del estilo de vida y procurar la estilización de la vida. En este sentido, no sólo podemos señalar la imitación y la popularidad de los estilos de vida de las subculturas artísticas (bohemias, vanguardias) en las metrópolis contemporáneas, sino también lo que puede caracterizarse como el «artista de vida»: los pintores que no pintan pero que adoptan las sensibilidades artísticas a fin de convertir su vida en una obra de arte. La preocupación por la moda, la presentación de sí mismo, el «*look*» que muestra la nueva ola de *flâneurs* urbanos apuntan a un proceso de diferenciación cultural que en muchos sentidos es la otra cara de las imágenes estereotipadas de las sociedades de masas en las que se amontonan apretadas filas de personas vestidas de manera similar. Si la edad contemporánea puede caracterizarse como una era «sin estilo», para citar una expresión de Simmel, apunta entonces a la rápida circulación de nuevos estilos (moda, apariencia, diseño, bienes de consumo) y la invocación nostálgica de los estilos pasados.

Podemos aludir a otra convergencia en el proceso de la estilización y la estetización de la vida cotidiana, entre la popularidad de los estilos de vida artísticos y la presentación y la exhibición estilísticas, y el desarrollo de una gama diferenciada y refinada de bienes de consumo, actividades y experiencias de tiempo libre que incorporan un elevado aporte de diseños, estilo e imaginería cultural artística y de moda. También puede afirmarse que algunas corrientes artísticas modernistas (como el dadaísmo y el surrealismo), que cobraron una importancia fundamental para el posmodernismo en la década de 1960, buscaron suprimir la frontera entre el arte y la vida cotidiana, a fin de mostrar que hasta los objetos más triviales de la cultura de consumo y el *kitsch* y los desechos de la cultura de masas podían estetizarse e introducirse como tema de la estructura formal de las labores artísticas o incorporarse a ellas. También el arte posmoderno se centró en el cuerpo, el arte viviente y el *hap-*

*pening* (véase el capítulo 3). De ahí que se observe un intercambio entre varias corrientes: un aporte más elevado de estilo, diseño e imaginería cultural en los bienes de consumo, los lugares de tiempo libre y consumo y el tejido de la ciudad; una expansión de las profesiones artísticas, los intermediarios y los trabajadores auxiliares, con el crecimiento de determinados enclaves y barrios artísticos (por ejemplo, el Soho en Nueva York); el paso hacia el arte posmoderno con su estetización de la vida cotidiana y las culturas de consumo de masas; el creciente relieve de conglomerados sociales que manifiestan interés por la exhibición estilística, la ropa de moda y la presentación de sí mismo (que a menudo conlleva un énfasis lúdico o paródico que supuestamente busca trascender los juegos de status tradicionales), a medida que las personas se mueven por los espacios de la ciudad y los lugares de consumo, tiempo libre y entretenimiento. Pasaremos ahora a examinar con más detalle estas tendencias.

## Culturas urbanas posmodernas

Ciertos comentaristas han caracterizado como posmodernas a algunas de las tendencias que acabamos de mencionar (Cooke, 1988; Zukin, 1988*a*; Chambers, 1987). Si bien el término «posmoderno» y sus derivados más comunes, «posmodernismo» y «posmodernidad», se emplean en general en una confusa gama de sentidos (véanse los capítulos 1 y 3), estos hacen que nos volvamos sensibles a un conjunto de cambios sociales que pueden presagiar una serie de transformaciones más fundamentales de las estructuras y relaciones sociales. Entre las características asociadas al posmodernismo que se citan con más frecuencia, figuran: 1) una postura antifundacional en filosofía y teoría social y cultural que sugiere que las metanarraciones fundacionales que están en la base de las pretensiones de la modernidad occidental a una universalidad privilegiada en sus ideas de ciencia, humanismo, socialismo, etc., son defectuosas, y que deberíamos tratar de producir modos menos pretenciosos de conocimiento, que sean más sensibles a las di-

ferencias locales, en la medida en que los intelectuales permutan su papel de legisladores de confianza por el de intérpretes (véanse Lyotard, 1984; Kellner, 1988; Bauman, 1988); 2) este privilegio de lo local y lo vernáculo se traduce en un derrumbe democrático y populista de las jerarquías simbólicas dentro de los círculos académicos, intelectuales y artísticos, en los que se impugnan, por ejemplo, las distinciones entre la alta cultura y las culturas populares o de masas, el arte y lo cotidiano —dicho de manera sencilla, deberíamos «aprender de Las Vegas» (Venturi *et al.*, 1977)—; 3) hay un paso de las formas discursivas de cultura a las formas figurales, que se manifiesta en la preponderancia de las imágenes visuales sobre las palabras, de los procesos primarios del yo sobre los secundarios y de la inmersión por encima de la apreciación distanciada del espectador no comprometido (Lash, 1988), y 4) esos aspectos se resumen en la expresión «cultura posmoderna sin profundidad» (Jameson, 1984*a*) y en la idea de que el desarrollo histórico ordenado debe ceder el paso a la percepción del pasado como un conglomerado de imágenes, fragmentos y espectáculos que son incesantemente reproducidos y simulados, sin que pueda descubrirse un orden esencial o un punto de referencia para los juicios de valor. Esos rasgos han sido señalados por comentaristas pertenecientes a una amplia gama de campos académicos, y por apropiada que sea la insistencia en la superación de lo moderno que implica el término «posmodernismo», el uso de este tiene el mérito de hacer que dirijamos la atención a lo que se percibe como cambios significativos en las prácticas culturales artísticas y populares, los regímenes de significación y los modos de orientación en la vida cotidiana. El espíritu populista y desjerarquizador del posmodernismo hace que prestemos atención a la emergencia de la cultura como una cuestión, como algo que debe ser objeto de teorización y de exploración, junto con la desmonopolización de las jerarquías simbólicas de larga data, cuyo anterior predominio hacía que se dieran por sentadas y no se tematizaran las nociones particulares de cultura. De ahí que sea posible seguir a DiMaggio (1987) y considerar que el mundo occidental ingresa en una fase de «desclasificación cultural» en la que se hará más intensa la competencia entre una gran variedad de nociones de cultura y se verá más limitada la capacidad de imponer una jerarquía de valores.

En lo que respecta a nuestro objetivo específico, es de interés observar que, para comprender los cambios de la cultura de las ciudades y de los estilos de vida urbanos que hemos mencionado, los comentaristas han adoptado la retórica del posmodernismo. Ha ejercido particular influencia la obra de Baudrillard (1983*a*, 1983*b*), con su noción de una cultura del simulacro. Baudrillard sostiene que las mercancías de consumo del capitalismo tardío han terminado por adquirir la capacidad de asumir un amplio espectro de asociaciones imaginísticas y simbólicas que se superponen a su valor de uso inicial y se transforman por eso en mercancías-signos, e identifica con ello un cambio cualitativo en la intensificación de ese proceso, que conduce a la pérdida del sentido de la realidad concreta, a medida que la cultura televisiva de consumo, con su flotante masa de signos e imágenes, produce una serie incesante de simulacros que se deshacen unos a otros. Baudrillard llama «hiperrealidad» a este fenómeno, un mundo en el que la acumulación de signos, imágenes y simulacros acarrea, gracias al consumismo y la televisión, una alucinación inestable y estetizada de la realidad. Para Baudrillard, la cultura se ha vuelto efectivamente generalizada, en la medida en que está en todas partes y media y estetiza de manera activa la trama social y las relaciones sociales. Un paso que supera la primacía discursiva y reflexiva del lenguaje y se orienta hacia formas culturales figurales que subrayan la inmediatez y la intensidad de sensaciones auditivas y visuales que proporcionan a sujetos descentrados placeres incipientes y dispersos.

Si esas percepciones se trasladan a un contexto urbano, es manifiesto que la vieja noción de las culturas ciudadanas premodernas, que implica que ciertas ciudades se apoyan en un sedimento de tradición, historia y artes, y que albergan edificios e hitos famosos que inducen un vigoroso sentimiento de identidad colectiva y local —o la noción de la ciudad «desculturada», la ciudad económica modernista y funcional cuya forma espacial está dominada por la disposición en damero y la arquitectura modernista de los rascacielos—, cede paso a la ciudad posmoderna que señala un retorno a la cultura, el estilo y la decoración, pero dentro de los confines de un «espacio de no lugar» en el que los sentidos tradicionales de la cultura se descontextualizan, se convierten en simulacros, se reproducen y se renuevan y reestili-

zan constantemente. La ciudad posmoderna es, por tanto, mucho más autoconsciente en el plano de la imagen y la cultura; es, a la vez, un centro de consumo cultural y de consumo general, y este último, como se ha subrayado, no puede separarse de los signos y la imaginería culturales, de modo que los estilos de vida urbanos, la vida cotidiana y las actividades de tiempo libre sufren la influencia, en grado variable, de las tendencias del simulacro posmoderno.

Para considerar algunos ejemplos: es posible entender las tendencias posmodernas en la arquitectura como una rebelión contra el modernismo arquitectónico y su austero funcionalismo y formalismo abstracto miesianos (Jencks, 1984; Davis, 1985) a través de la reintroducción de la decoración, la mezcla de estilos y un lúdico simulacro de las mercancías, al estilo del arte pop (tal como el edificio Chippendale ATT de Philip Johnson en Nueva York). Introducen asimismo lo que Venturi *et al.* (1977) caracterizan, en *Learning from Las Vegas...*, como un «eclecticismo de la orilla del camino»: la ecléctica mezcolanza estilística de grandes señales y pequeños edificios que se ve a lo largo de la carretera. Se mezclan palabras, imágenes, esculturas y neón, y, en contraste con la austeridad modernista, se reintroduce el simbolismo para producir un paisaje hedonístico de cultura de consumo. La duplicación paródica que el arte pop hacía de los objetos de la cultura de consumo masivo retroalimenta aquí el paisaje urbano y las industrias culturales. Las fuentes de inspiración no son solamente los carteles sino también, y en especial, las imágenes de los medios electrónicos de comunicación. Hay una plétora de fachadas multicolores, ornamentales y superpobladas de códigos, cuyo impacto es inmediato y no deja posibilidad para el distanciamiento (Cooke y Onufrijchuk, 1987).

Si la arquitectura y el arte toman citas de la cultura de consumo cotidiana y las repiten para producir ciudades posmodernas «donde todo es "de tamaño desmesurado", donde los referentes son barridos por los signos, donde lo artificial es más "real" que lo real» (Chambers, 1987, pág. 1), ¿qué ocurre entonces con las personas que se desplazan por esos espacios urbanos? En muchos aspectos, se considera que las personas se embarcan en un complejo juego de signos que remeda o hace eco al exceso de signos del entorno edilicio. Se estima que la cultura popular contemporánea (la moda, la

música, la televisión, los videos, la bebida, el baile, los clubes) está dominada por el mundo del «como si. . .» de la publicidad. La ropa, los cuerpos, los rostros, se vuelven «citas tomadas del otro lado de la vida, de su lado imaginario: de la moda, del cine, de la publicidad y de las infinitas sugerencias de la iconografía urbana» (Chambers, 1987, pág. 7). Se juega con estos signos, que están descontextualizados de la tradición o del ordenamiento subcultural, de una manera superficial, y la gente se deleita con el hecho de ser artificiales, opacas y «sin profundidad» en el sentido de que no pueden ser decodificadas para permitir el acceso a algún significado revelador o una impresión fundamental de verdad. La vida cotidiana se convierte en una «*mélange* fantástica de ficción y valores extraños» que capta el sentido de lo surreal como presencia cotidiana, tanto en cuanto exceso, estilo y experimentación, como en cuanto azar, trivialidad y repetición de las imágenes callejeras (Calefato, 1988, pág. 225). El contemporáneo es un «*dandy* de una nueva y más democrática bohemia», una nueva figura metropolitana que «explora caminos ya recorridos por el arte de vanguardia, que cruza el límite entre el museo y la cultura de masas, pero traslada el juego desde la galería de arte hasta la pasarela de moda de la calle» (Del Sapio, 1988, págs. 206-7).

Debería ser evidente que este grupo de personas que intenta cruzar, volver a cruzar y transgredir los límites entre el arte y la vida cotidiana son, sobre todo, los jóvenes, herederos de la tradición de las subculturas juveniles. Estas operaban como estructuras simbólicas fijas que ahora son rechazadas o irónicamente parodiadas y convertidas en un *collage*. Pero los comentaristas suponen que estas nuevas tendencias son señales de los procesos que están quebrantando las pautas tradicionales de regulación social que ligan estrechamente los estilos de vida a la clase, la edad y la normatividad (Baudrillard, 1983*a*; Chambers, 1987, pág. 7). De ahí que Chambers (1987, pág. 2) cite a Robert Elms, un escritor de la revista juvenil de moda *The Face*, cuando señala que «nadie es ya un adolescente, porque todos lo son». Por cierto, hay ciertas pruebas de que los estilos y los estilos de vida juveniles están ascendiendo en la escala de edad y que a medida que envejece la generación de la década de 1960 sus miembros llevan consigo algunas de sus inclinaciones de la juventud, y que los adultos tienen mayor

libertad para desplegar un comportamiento infantil, y viceversa. Hacia el final del capítulo se considerará esta relación entre el estilo de vida, el *habitus* y la clase.

Un aspecto interesante de los nuevos estilos de vida urbanos y del eclecticismo estilístico sin profundidad que los comentaristas etiquetan de «posmoderno» es el vinculado a la idea de un movimiento de superación del individualismo, hacia un descentramiento del sujeto. El sujeto descentrado tiene más capacidad de participar en un descontrol controlado de las emociones y explorar las tendencias figurales, las sensaciones inmediatas y las experiencias afectivas antes consideradas amenazadoras y algo que había que mantener a raya o controlar estrictamente. Maffesoli (1988*b*) ha sostenido que en la ciudad posmoderna hallamos un movimiento que va más allá del individualismo, con la generación de un sentimiento comunitario, un nuevo «paradigma estético» por el que masas de personas se reúnen en comunidades emocionales transitorias. Estas deben considerarse «tribus posmodernas» efímeras en las que se experimentan intensos momentos de éxtasis, empatía e inmediatez afectiva. Desde ya, habría que subrayar que en sí mismas estas tendencias no son históricamente novedosas. Pueden hallarse ejemplos de la desorientadora *mêlée* de signos y de la estetización de la vida cotidiana en los carnavales y las ferias medievales y el París de mediados del siglo XIX, con sus *flâneurs*, o en las grandes exposiciones universales en metrópolis como Berlín o París (véase el capítulo 5). Lo nuevo no es solamente la capacidad de reduplicar y crear simulacros de esos ejemplos, anteriormente aislados, de la estetización de la vida cotidiana —y en realidad de cualquier otra experiencia cultural— en un nivel de intensidad y vividez de la reproducción hasta entonces no experimentado. También es nueva la actitud de los intelectuales y de los teóricos respecto del proceso. Mientras que a Simmel lo perturbaba la amenaza que para el arte representaba la supresión de su aura y el modo en que la estilización de los objetos cotidianos producía una interferencia en la apreciación distanciada que reclamaba la labor artística, Benjamin, especialmente en su *Passagen-Werk*, celebraba las imágenes fragmentadas de la cultura de masas y los choques y las sacudidas de las percepciones en la vida cotidiana de la ciudad

desde una perspectiva teórica claramente influida por el surrealismo, el dadaísmo y el montaje (véase Wolin, 1982), que armoniza muy bien con el posmodernismo.

Si las ciudades posmodernas se han transformado en centros de consumo, juego y entretenimiento, saturados de signos e imágenes al punto de que todo puede representarse, tematizarse y convertirse en objeto de interés, en objeto de la «mirada del turista», cabe esperar entonces que las actividades de tiempo libre tales como la visita a los parques temáticos, los centros de compras, los paseos comerciales, los museos y las galerías muestren aquí cierta convergencia. Para considerar algunos ejemplos, señalemos que suele verse en Disneylandia el prototipo de las experiencias de simulacros posmodernos (Baudrillard, 1983*a*), y es interesante advertir que el formato del desplazamiento entre las experiencias espectaculares (galopes cabeza a cabeza, ilusiones holográficas, etc.) y el simulacro de los mundos de los fundadores históricos de la nación o de la infancia (el Reino Mágico) o bien el paseo a través de simulacros de edificios elegidos para simbolizar determinadas culturas nacionales (tales como el *pub* Alegre Inglaterra) o escenarios futuristas (EPCOT) en ambientes pulcros y altamente controlados, no solamente ha sido imitado por los parques temáticos de todo el mundo, sino que se ha fusionado con otros formatos, como el de los museos. El incremento de los museos al aire libre, destinados a un espectro más vasto de visitantes, ha ampliado la gama de objetos dignos de preservarse (por ejemplo, las minas de carbón en actividad, los bloques de casas de los mineros, los tranvías, los anuncios publicitarios de metal llamados «joyería callejera», como los que hay en el museo Beamish al aire libre en Tyne y Wear, al nordeste de Inglaterra). Ha propiciado también una nueva actitud de los espectadores para con los actores (a menudo desocupados incluidos en los programas oficiales) preparados para desempeñar papeles históricos que dan vida a los marcos físicos recreados, de manera que se prolonga la impresión de estar caminando por un estudio cinematográfico, dado que se alienta a los espectadores a participar y dar vida al simulacro (Urry, 1988). La gama de lugares dignos de la mirada y la exploración turísticas se amplía. Se vive cada vez más en un «país patrimonio», donde el sentido del pasado histórico deja su lugar a los mitos. Por eso, si se atraviesa el

norte de Inglaterra se pasa rápidamente de la tierra de Wordsworth a la de las hermanas Brontë, a la de Herriot, a la comarca del Capitán Cook y finalmente —para mostrar que también la cultura popular de la clase trabajadora es respetable— a la de Catherine Cookson: cada una de ellas con guías turísticas, itinerarios, museos y recuerdos. Incluso lugares que antes no tenían atractivos claman por sumarse a la fila; entre ellos, pueblos como Bradford, que aprovechan su pasado industrial de «Arenisca Norteña» y su amplia comunidad asiática actual, para convertirse en destino de las «escapadas de fin de semana». Tenemos en este aspecto lugares típicos para los así llamados «pos-turistas» (Feifer, 1985; Urry, 1988): personas que adoptan una orientación descentrada posmoderna respecto de las experiencias turísticas. Los pos-turistas no tienen tiempo para la autenticidad y se complacen con la naturaleza de simulacro construido del turismo contemporáneo, del que saben que sólo es un juego. Reciben con beneplácito la oportunidad de explorar las regiones «entre bambalinas» y abordar la experiencia desde muchos puntos de vista.

Pueden hallarse orientaciones similares en los museos contemporáneos, muchos de los cuales están abandonando su compromiso con el canon cultural y el proyecto de educar —en él lo viejo y lo nuevo se organizaban de acuerdo con una jerarquía de progreso desarrollada en el siglo XIX para reflejar los valores de la ascendente modernidad occidental (Bann, 1984; Bennett, 1988)— en favor de un *ethos* más populista. Desde esta perspectiva, los museos deberían dejar de ser tediosos lugares educativos; antes bien, tendrían que incorporar los rasgos del posmodernismo y transformarse en «espacios sorprendentes» que presentaran imaginería y simulacros espectaculares. Esto alienta una orientación diferente, más lúdica, de parte de multitudes mucho más amplias cuyas percepciones, influidas por los medios de comunicación de masas, están a sus anchas con el abandono de las jerarquías simbólicas y con un enfoque mucho más lúdico del montaje de exhibiciones que ofrecen experiencias organizadas en términos de la igualdad de una pluralidad de estilos, que pone de manifiesto la renuncia a una misión civilizadora y la visión jerárquica de una cultura unitaria (Roberts, 1988; Horne, 1984). Esto es lo que se recoge en la descripción que Baudrillard (1982) hace del museo Beau-

bourg de París, que atrae a las masas a lo que él llama un «hipermercado de la cultura». Afirma:

«La gente quiere aceptarlo todo, comerlo todo, tocarlo todo. No la mueve la contemplación, el desciframiento, el estudio. El único efecto masivo es el de tocar o manipular. Los organizadores (y los artistas y los intelectuales) están alarmados por ese impulso incontrolable, porque sólo habían tenido en cuenta el aprendizaje de las masas ante el *espectáculo* de la cultura. Jamás previeron esta fascinación activa, destructiva: esta respuesta original y brutal al don de una cultura incomprensible, esta atracción que tiene todo el aspecto del asalto de una casa o el saqueo de un santuario» (Baudrillard, 1982, pág. 10).

Puede decirse que el conflicto entre el populismo y el elitismo es un rasgo permanente de los museos (Zolberg, 1984); con todo, es indudable que las tendencias populistas pasaron a un primer plano en la década de 1980.

Difícilmente ese populismo sea un rasgo inesperado de los centros de compras, los paseos comerciales y las grandes tiendas. En estos sitios es manifiesto que comprar es contadas veces una transacción económica racional puramente calculadora para maximizar la utilidad, sino que es primariamente una actividad cultural de tiempo libre en que las personas se convierten en audiencias que se desplazan a través de la imaginería espectacular destinada a connotar suntuosidad y lujo o acumular connotaciones de sitios exóticos deseables y remotos, y nostalgia por armonías emocionales pasadas. En pocas palabras, comprar tiene que convertirse en una experiencia. A medida que las ciudades se desindustrializaban y se convertían en centros de consumo, una de las tendencias de las décadas de 1970 y 1980 consistió en rediseñar y expandir los centros de compras, que incorporan muchos de los rasgos del posmodernismo en su diseño arquitectónico del espacio interior y los entornos simulados: uso de ilusiones y espectáculos de sesgo onírico, eclecticismo y mezcla de códigos, que inducen al público a circular entre una multiplicidad de vocabularios culturales que no dan oportunidad al distanciamiento (desdistanciamiento) y propician una sensación de inmediatez, concreción, descontrol emocional y asombro infantil. Uno de los principales ejemplos estadounidenses es el paseo —o, mejor

dicho, «megapaseo»— West Edmonton, que tiene un centro de entretenimientos complementario de 26 hectáreas con una feria de diversiones, «Fantasyland», y un parque acuático que incluye un lago de agua salada bajo techo con delfines, minisubmarinos y galeones españoles (Shields, 1987, pág. 9). El centro de compras más grande de Europa es el Metrocentre de Gateshead, en el nordeste de Inglaterra. Este centro es un buen ejemplo del proceso de desindustrialización y transformación de las ciudades en centros de consumos construidos sobre solares industriales abandonados en regiones metropolitanas económicamente deprimidas. El Metrocentre se promovió como atracción turística, con sus «aldeas antiguas», el «Reino del Rey Wiz» de los cuentos de hadas, la galería del antiguo foro romano y su ecléctico barniz general de simbolismo para evocar el mito de un pasado colectivo a través de las tarjetas de Navidad y una iconografía de caja de chocolates (Chaney, 1990).

Hay, pues, rasgos comunes a los centros de compras, los paseos comerciales, los museos, los parques temáticos y las experiencias turísticas de la ciudad contemporánea, donde el desorden cultural y el eclecticismo estilístico se convierten en características comunes de espacios en que el consumo y el tiempo libre están destinados a construirse como «experiencias». Según lo observa Lefebvre (1971, pág. 114), en la ciudad contemporánea tenemos «consumo de exhibiciones, exhibiciones de consumo, consumo de signos, signos de consumo». Esta convergencia no se produce sólo en el nivel de la forma común a los conjuntos de experiencias que publicistas, diseñadores, arquitectos y otros intermediarios culturales procuran generar, sino también en términos de las alianzas forjadas entre los propietarios, patrocinadores, síndicos y financistas de esas instituciones. Por ejemplo, una de las grandes tiendas de Nueva York promovió una Semana China durante la cual montó una exposición de obras de arte y tesoros de museos. La Metropolitan Opera de Nueva York acoge desfiles de modas (Silverman, 1986). Las grandes tiendas japonesas exhiben habitualmente tesoros artísticos y organizan exposiciones de pinturas. Esos períodos de promoción y exposiciones desdibujan las distinciones entre la alta y la baja cultura, y entre comercio y cultura.

Estas convergencias no carecen de antecedentes, aunque son novedosas en la medida en que la mezcla de códigos

y la deconstrucción de las jerarquías simbólicas que conllevan discriminaciones entre alta cultura y cultura de masas se producen ahora a lo largo de una gama más amplia de formas culturales y en lugares que eran considerados casi exclusivamente como de inculcación de los valores de la alta cultura y de un proceso de formación educativa coherente (tales como los museos). En cuanto a los antecedentes, las grandes tiendas que se establecieron en París y más tarde en otras ciudades durante la segunda mitad del siglo XIX fueron concebidas esencialmente como «palacios del consumo», «mundos de ensueño» y «templos» donde los nuevos consumidores (mayoritariamente mujeres), que podían desplazarse a voluntad por superficies de exhibición que presentaban simulacros y una imaginería evocativa y exótica, rendían culto a las mercancías (R. H. Williams, 1982; Chaney, 1983). También generaron experiencias parecidas las exhibiciones y exposiciones universales, que se convirtieron en acontecimientos regulares hasta los primeros años del siglo XX, a partir de la Gran Exposición del Crystal Palace en 1851. En ellas se presentaban simulacros que incluían animales disecados y escenarios etnográficos, *stands* de diversas naciones que contenían réplicas de tesoros culturales y de elementos de la vida cotidiana (por ejemplo, un palacio moro o una casa china) y hasta simulacros de experiencias (por ejemplo, un viaje en el ferrocarril transiberiano) (véase R. H. Williams, 1982). Además, la distractiva sobrecarga fantasmagórica de signos e impresiones a la que Simmel (1978) se refiere en *The Philosophy of Money*, producía muchas experiencias similares a las que se han etiquetado de posmodernas (Frisby, 1985*b*). El énfasis en el juego y en la exhibición es similar. En la Exposición Panamericana de 1901, el «Breve sermón a los visitantes» informaba: «Por favor, recuerde que al trasponer las puertas, usted pasa a ser parte del espectáculo» (citado en Bennett, 1988, pág. 81). Y en verdad la propia multitud se transformó en parte del espectáculo y en la razón para concurrir, tanto a la Gran Exposición de 1851 y a la Exposición Comercial de Berlín de 1896, como al museo parisino de Beaubourg descripto por Baudrillard en la década de 1980. Pero para ser un *flâneur*, un paseante, quien observa a los otros y se exhibe, hace falta un espacio ordenado, tanto en las galerías parisinas tan caras a Baudelaire en las décadas de

1840 y 1850, que fueron fundamentales para el *Passagen-Werk* de Benjamin (Berman, 1982), como en las exposiciones y grandes tiendas de fines del siglo XIX, lo mismo que en los parques temáticos, los centros de compras y los museos de hoy. En síntesis, vagabundear a través de los objetos y los tesoros artísticos en exhibición exigía disciplina. La imaginería podía despertar placer, sentimiento carnavalesco y desorden, pero el descontrol emocional que estos alentaban debía desenvolverse dentro de un marco de autocontrol. Y para quienes carecían de él o corrían el riesgo de perderlo, había una batería de controles externos diseñados según los principios panópticos (Foucault, 1977). Estos entrañan la vigilancia y la exclusión. Uno de los principios fundamentales de los parques temáticos y los centros de compras es que sean espacios públicos de propiedad privada, donde el público está bajo el ojo vigilante de las cámaras de video, y los elementos alborotadores y perturbadores son excluidos antes de que el desorden pueda molestar a otros.

Esto sugiere que antes de endosar la tesis de que la desindustrialización y la transformación de las ciudades en centros de consumo han conllevado la acumulación de espectáculos, la mezcla de códigos y la fusión de la alta y la baja cultura, una transición a los estilos de vida posmodernos, es preciso que planteemos cuestiones específicas acerca de: 1) hasta dónde llegan los antecedentes, y 2) hasta qué punto esos estilos de vida representan experiencias menores aisladas en la vida de grupos específicos de personas en localidades urbanas específicas. En suma, no sólo debemos indagar, con rigor sociológico, dónde se desarrollan los estilos de vida posmodernos, sino también cuántas personas participan, a qué grupos pertenecen y durante cuánto tiempo lo hacen. También es preciso que intentemos comprender las fuerzas que impulsan a la cultura a un lugar de mayor importancia dentro de la ciudad contemporánea, e investigar las interdependencias y los conflictos entre grupos específicos (como los especialistas culturales, los especialistas económicos, los planificadores de políticas) responsables de esta situación.

## Capital cultural, jerarquización edilicia y estilización de la vida

En los últimos años ha habido un creciente reconocimiento del valor de las industrias culturales para la economía de las ciudades, y las muchas vías, directas e indirectas, que permiten aportar beneficios a la presencia de instituciones y actividades culturales, lo mismo que la existencia de una receptividad general a las formas en que el fortalecimiento, la renovación y la reconstrucción de las fachadas culturales, el tejido y el espacio vivido de las ciudades resultan provechosos. La conciencia de que industrias culturales como la editorial, la discográfica, la radiotelevisiva y el turismo generado por las artes y las instituciones culturales pueden desempeñar un papel cada vez más importante en las economías locales y nacionales se ha incrementado al compás de la expansión general de la producción y el consumo de bienes simbólicos en las sociedades occidentales contemporáneas. Es útil remitirse aquí al concepto de *capital cultural,* elaborado por Pierre Bourdieu (1984, 1987) y otros autores (véase Lamont y Lareau, 1988). El concepto alude al hecho de que, en forma paralela al capital económico, que puede calcularse, intercambiarse y realizarse inmediatamente, existen también modos de poder y procesos de acumulación basados en la cultura en los que el valor de esta —el hecho de que pueda ser un capital— suele estar encubierto o se reconoce erróneamente. Bourdieu (1987, pág. 243) señala tres formas del capital cultural: este puede estar *incorporado* (estilo de presentación, forma de hablar, belleza, etc.), *objetivado* (bienes culturales tales como cuadros, libros, máquinas, edificios, etc.) e *institucionalizado* (por ejemplo, las calificaciones educativas). En el caso de las ciudades reviste particular interés la forma objetivada, y ya he señalado que determinadas ciudades pueden haber acumulado capital cultural gracias a la preservación ejemplar de edificios, artefactos y bienes que terminaron por definirse como «tesoros artísticos» (Olsen, 1986). Desde esta perspectiva se podría construir una jerarquía simbólica de las ciudades de acuerdo con el prestigio que han acumulado en términos de capital cultural, en cuyos escalones más altos estarían Florencia, París y Roma. Convencionalmente, se define que las industrias culturales producen bienes cultu-

rales masivos (Horkheimer y Adorno, 1972; Garnham, 1987), que tradicionalmente se ubicaron en un escalón bajo en la escala del capital cultural. Pero puede sostenerse que la legitimidad de determinadas formas de capital cultural y la de la jerarquía simbólica existente y los rasgos estructurales del campo del capital cultural no deben considerarse eternas. Antes bien, habría que concebirlas como un proceso que resulta del efecto intencional y no intencional de determinados grupos entrelazados en interdependencias y luchas (a veces insuficientemente reconocidas o enmascaradas por protestas de desinterés) para maximizar sus formas particulares de capital cultural. Por eso es posible que algunas de estas, como la cultura popular y de masas (el jazz, el rock, el cine, los parques temáticos), lleguen a considerarse más legítimas y como fuentes de prestigio, y asciendan así en la jerarquía simbólica. De ahí que Nueva Orleans y distritos de otras grandes ciudades puedan ganar en atracción y capital cultural como sitios antes definidos de «mala» vida y ahora promovidos a la respetabilidad y dignos de la mirada turística.

Hay, por tanto, una creciente gama de criterios para clasificar las ciudades en términos de capital cultural. Lo que introduce el pasaje a la cultura posmoderna es, según se aduce, un alejamiento respecto de los criterios universalmente aceptados para juzgar el gusto cultural, en beneficio de una actitud más relativista y pluralista que ahora permite admitir lo excluido, lo extraño, el otro, lo vulgar, que antes se rechazaban. En este sentido, la tendencia apunta a la menor difusión espacial de la jerarquía simbólica occidental, durante mucho tiempo de fundamentos universales, con una mayor tolerancia de la diferencia y la diversidad. Desde la perspectiva de la utilidad económica del capital cultural, esto quiere decir que mientras las poblaciones industriales tradicionales del «cinturón aherrumbrado» han de considerarse de bajo capital cultural (salvo las que puedan presentar con un nuevo envoltorio y museificar estos elementos como activos), la gama se amplía del valor y los tesoros históricos tradicionales a los entornos de simulacros creados recientemente, que adoptan algunas de las formas culturales posmodernas y más populares ya mencionadas (parques temáticos, paseos comerciales, centros de compras, museos, lo mismo que ámbitos culturales populares),

y a los que se considera atractivos y vendibles. En suma, quienes buscan hacer inversiones en las nuevas industrias de servicios, información y alta tecnología, pueden regirse por el ambiente y el capital cultural de las ciudades y quizás hayan contribuido a acelerar las estrategias de reconversión, como la remodelación y jerarquización de muelles portuarios y zonas céntricas. Las condiciones mundiales de intensificación de la competencia y liberación del mercado en materia de inversión y flujo de capitales han hecho que las ciudades tomaran un sesgo más empresarial y cobraran conciencia de su imagen y la forma en que esta se traduce en puestos de trabajo para la economía local. Como señala Harvey (1988), las ciudades tienen que movilizar la cultura a fin de convertirse en «cebos de capital». De ahí que a comienzos de la década de 1970 Seattle intentase eliminar el desempleo masivo reuniendo a dirigentes empresariales y planificadores, quienes hicieron *lobby* en procura de inversiones para la expansión de la infraestructura de las artes, lo que atrajo mucha publicidad favorable hacia esta ciudad autoproclamada «capital de la calidad de vida». Baltimore crea su Harbor Place, Hamburgo se convierte en una «ciudad de los medios», Gateshead tiene su Metrocentre, y así sucesivamente.

Este es el proceso que se ha caracterizado como *posmodernización* (Cooke, 1988; Zukin, 1988*b*) para indicar la reestructuración global de las relaciones socioespaciales mediante nuevas pautas de inversión que generan ciertas contratendencias a la descentralización urbana, a través de la remodelación de las zonas del centro de las ciudades. Este proceso conlleva la desindustrialización de esas zonas y de los muelles portuarios, que se jerarquizan con la instalación de miembros de las nuevas clases medias y se desarrollan como lugares turísticos y de consumo cultural. Al mismo tiempo, la clase trabajadora y los pobres que antes residían en esas áreas se mudan o son inducidos a ocupar otros enclaves. Un buen ejemplo de ello es Battersea, en Londres, donde se vendieron y remodelaron para el mercado *yuppie* grandes bloques de viviendas obreras del ayuntamiento. En este caso se logró que los nuevos pobladores se sintieran seguros frente a las vecindades habitadas por estratos más bajos mediante cercas de seguridad y puestos de guardia. Este proceso de creciente segregación a medida que las cla-

ses medias vuelven a ocupar las áreas centrales también se simboliza en la arquitectura posmoderna con torres, fosos y puentes levadizos, que crean espacios privatizados defendibles y libres de los desocupados, los pobres, la juventud rebelde y otros residuos de las «clases peligrosas». Así se crea lo que David Harvey (1988) ha llamado las «ciudades vudú», en las que la fachada posmoderna de remodelación cultural puede ser vista como una máscara de carnaval que oculta la declinación de todo lo demás. En Los Angeles, por ejemplo, lado a lado pero segregado del nudo financiero de la economía y la zona jerarquizada de la costa del Pacífico, hay un enclave hispánico y asiático de un millón de personas alimentado por la inmigración del Tercer Mundo y la demanda de mano de obra, lo que resulta en trabajadores domésticos indocumentados y trabajo infantil (Davis, 1985). Esos procesos han contribuido a destruir el anterior y frágil consenso dentro de las clases medias, que apoyaban la alta cultura y las industrias culturales, y plantean la cuestión de los usos políticos de las artes y de otras formas de capital cultural en la ciudad y de si puede haber una política cultural más democrática (Garnham, 1987). En un sentido más amplio, implica también la cuestión de la resistencia a la remodelación edilicia, lo que algunos han llamado «urbicidio» (Berman, 1982).

El proceso de jerarquización urbana es de interés porque no solamente remite a la remodelación del tejido cultural de las áreas del centro de la ciudad sino también porque da un perfil más destacado a grupos de la nueva clase media que son, en muchos aspectos, los productores, portadores y consumidores de estilos de vida que comprenden la culturalmente sensible «estilización de la vida», y han desarrollado inclinaciones que los hacen receptivos a los bienes y a las experiencias culturales posmodernos. Tienen, por tanto, intereses directos e indirectos en la acumulación de capital cultural tanto en el plano personal cuanto en el de su vecindad y la ciudad en general.

La localidad que ha sido más ampliamente estudiada y que puede ilustrar de mejor manera este proceso es el Soho de Nueva York (Zukin, 1987, 1988*a*; Simpson, 1981; Jackson, 1985). Como observa Zukin (1988*a*), la regeneración del Soho, que lo transformó en colonia de artistas y después en un barrio jerarquizado de la nueva clase media, con re-

cién llegados a los que atraía la atmósfera del estilo de vida del artista, es una historia compleja. Se basa en el incremento del valor del arte como inversión en la etapa de la posguerra, durante la cual aquel se convirtió en un poderoso mercado internacional por derecho propio. Conlleva también la elevación del status del artista y las ocupaciones auxiliares, al punto de que otros grupos muestran una disposición más propicia a asociarse con los estilos de vida artísticos. Se basa, además, en el hecho de que los gobiernos de la ciudad empiezan a advertir el potencial de remodelación e inversión del aspecto negativo de la desindustrialización y el mejoramiento general de la imagen de la ciudad mediante la concesión de un status protegido a dichos enclaves. Nueva York reemplazó a París como centro del arte moderno en la posguerra, y se produjo un marcado crecimiento de la cantidad de artistas, galerías, museos y espacios de exposición (véanse Crane, 1987; Zukin, 1988*b*; DiMaggio, 1986). Se produjo asimismo un cambio más general en los gobiernos nacionales y locales, las fundaciones y las corporaciones, que empezaron a notar la utilidad social de las artes. En síntesis, el valor económico del capital cultural se incrementó, y desde la década de 1960 la vanguardia artística dejó de ser vista como una contracultura bohemia problemática y transgresora, y los políticos, especuladores y planificadores de la ciudad la consideraron como una vanguardia diferente, la de quienes encabezan la marcha hacia grandes sectores ruinosos de viviendas de bajo alquiler, ya maduros para su remodelación por medio de la jerarquización edilicia.

Esto se acompañó de una revaloración general del status del artista en la sociedad estadounidense, lo que hizo que el arte se asociara menos a la alta cultura elitista y fuera más democrático. Ahora los artistas ganaban dinero; algunos de ellos vivían muy bien del arte. Con la transición del modernismo artístico al posmodernismo, sus pretensiones de oposición y el carácter austero y críptico de las obras de arte quedaron atrás, y celebridades del arte como Andy Warhol despertaron mucha atención y recibieron una amplia cobertura de los medios. El artista se convirtió en la mirada del público, en una persona atractiva, y su taller —el desván—, en un lugar agradable para estar y vivir. Las nuevas clases medias (Burris, 1986), y en particular los sectores

que Bourdieu (1984) ha caracterizado como «los nuevos intermediarios culturales», sienten fascinación por el estilo de vida de los artistas e intelectuales y un interés general por la estilización de su vida. El suyo es un estilo de vida que se centra en gran medida en la identidad, la apariencia, la presentación de sí mismo, el diseño de moda, la decoración; y hay que gastar un tiempo y esfuerzo considerables en cultivar un sentido del gusto flexible, distintivo y capaz de estar al tanto de la multitud de nuevos estilos, experiencias y bienes simbólicos que la cultura de consumo y las industrias culturales generan constantemente.

El *habitus* de los especialistas culturales de la nueva clase media propende a una actitud flexible y de aprendizaje en relación con la vida. En este sentido, es posible que los nuevos intermediarios culturales tengan un importante papel en la transmisión del nuevo estilo. Su atención puede no centrarse tanto en el intento de imponer un estilo particular a las audiencias consumidoras, como en un interés general en toda la gama de estilos de diferentes culturas, civilizaciones y tradiciones que puedan presentar y representar. Por eso hay un interés en la estilización y la estetización de la vida en determinadas fracciones de las nuevas clases medias a las que se ha llamado «paraintelectuales», por su papel consistente en admirar las actividades y los estilos de vida intelectuales y artísticos. Son, por tanto, capaces de transmitir los estilos más recientes, como el posmodernismo, a una audiencia más amplia, y ellos mismos forman parte de la clase receptiva a los bienes y las experiencias posmodernos.

## Conclusión

Los partidarios del posmodernismo entienden que se produce en la cultura un cambio fundamental, en el que se deconstruyen las jerarquías simbólicas existentes y se pone de manifiesto un impulso más lúdico, popular y democrático. Con ello pierden espacio las jerarquías simbólicas anteriores, más firmemente estructuradas, que habían sido los motivos dominantes en la modernidad occidental estableciendo ideas particulares sobre la historia universal, el pro-

greso, la persona culta, las estructuras políticas del Estado y los ideales estéticos. En relación con la ciudad occidental contemporánea, se ha sostenido que en los nuevos espacios urbanos pueden observarse tendencias posmodernas y posmodernizadoras que apuntan a una mayor estetización del tejido urbano y la vida cotidiana de las personas, el desarrollo de nuevos enclaves de consumo y tiempo libre (como los centros de compras, los parques temáticos, los museos) y el regreso de poblaciones de la nueva clase media de perfil jerarquizante a las zonas céntricas de la ciudad. Estos impulsos posmodernos sugieren identificaciones barriales menos vigorosas y un *habitus* menos rígido o un conjunto más flexible de disposiciones y clasificaciones como marco de los encuentros. Algunos de los nuevos estilos de vida urbanos apuntan a un descentramiento de la identidad y una mayor capacidad de embarcarse en un descontrol de las emociones y un juego estetizado. Puede sostenerse también que en el nivel global presenciamos el fin del predominio de unos pocos centros metropolitanos en la vida artística e intelectual (R. Williams, 1983). París y Nueva York, como centros de la cultura, las artes, la moda, la industria cultural y del entretenimiento, la televisión, el mundo editorial y la música, enfrentan hoy una mayor competencia desde distintos puntos. Nuevas formas de capital cultural y una gama más amplia de experiencias simbólicas están en oferta en un marco de ciudades del mundo cada vez más globalizado, vale decir, de más fácil acceso a través de las comunicaciones financieras (movimiento de dinero) y la información (radioteledifusión, publicaciones, medios).

Por lo tanto, quienes subrayan la novedad y los acontecimientos históricos que el posmodernismo presuntamente acarrea podrían sostener que estamos ingresando en una fase en que las viejas jerarquías culturales se vuelven obsoletas. El impulso a la desjerarquización sugiere que ya no tienen validez las jerarquías clasificatorias verticales —alto/bajo, elitista/popular, minoritario/masivo, buen gusto/mal gusto, arte/vida (Goudsblom, 1987; Schwartz, 1983)—, que se consideran rasgos endémicos de la vida social.

En contra de este seductoramente hipersimplificado relato posmoderno del fin de la historia, tenemos que señalar que dentro de la ciudad subsisten la clasificación, la jerarquía y la segregación. Como ya lo hemos mencionado, la

nueva clase media y los nuevos ricos viven en enclaves remodelados y jerarquizados, concebidos para excluir a los de afuera. Estos enclaves son áreas de altas inversiones en ambientes diseñados, formas estilizadas y la estetización de la vida cotidiana. Esos grupos esperan que se los entretenga mientras hacen compras, y hacen compras en lugares de entretenimiento. Quieren cultivar un estilo de vida, y están interesados en las artes y en un marco de vida placentero y estetizado (Boyer, 1988). Para algunas fracciones de la nueva clase media, ese estilo de vida tiene, sin duda, afinidades con la gama de características y experiencias deisgnadas como posmodernas. Hay tendencias que apuntan a una sobrecarga de información y de signos que torna mucho más difícil la lectura ordenada de la presentación corporal, la moda, el estilo de vida y las actividades de tiempo libre. Las personas pueden abrevar en un repertorio mucho más amplio e inmediatamente accesible de bienes simbólicos y estilos de la «vidriera mundial», y es más difícil hacer un juicio de clase a partir del gusto o del estilo de vida. Desde la década de 1960 ha habido una informalización y elaboración más generales de códigos de conducta antes más restringidos. Las ideas acerca de la belleza preponderantes en la cultura de consumo, por ejemplo, se extendieron en esa década más allá de la concepción clásica occidental e incorporaron pautas de otras culturas (Marwick, 1988). Con todo, y pese a las tendencias democratizadoras, hay diferencias de status. Como lo observan Douglas e Isherwood (1980), el componente informacional de los bienes de consumo crece a medida que se asciende en la escala de clases. Quienes pertenecen a los niveles medio y superior siguen usando la información sobre los bienes de consumo para establecer puentes con personas de parecida mentalidad y cerrar las puertas y excluir a los de afuera. Es esto, en gran medida, lo que sucede con el conocimiento de las artes.

Por tanto, si bien sostenemos que aún es posible leer la presentación corporal y los estilos de vida como indicadores de status social, debe reconocerse que ahora el juego es mucho más complejo. Si hay algo a lo que apunta lo posmoderno es al eclipse de una percepción coherente y particular de la cultura y del estilo de vida asociado, predominante en las clases medias y altas occidentales y que daban el tono a la cultura en su conjunto. Esto ocurre cuando las generacio-

nes históricas que eran sus portadoras decrecen lentamente en número y en influencia. Piénsese aquí en la idea de una cultura común como meta: fundada en un proyecto de formación educativa, una entidad unificada, una totalidad de conocimientos (los clásicos en materia de literatura, música y artes), que había que recorrer con esfuerzo para mejorar a la persona. La acompañaba la idea de persona culta o cultivada, el ideal de caballero, producto de un proceso de civilización (Elias, 1978*b*, 1982). Las clases media y alta de la segunda mitad del siglo XIX fueron las principales portadoras de ese ideal cultural, y procuraron difundirlo por medio de los museos y las instituciones educativas.

A partir de la década de 1960, el proceso de desclasificación cultural ha sido testigo de la declinación y la relativización de ese ideal. Queda por ver si esas tendencias, que han sido etiquetadas como posmodernas, indican meramente el derrumbe de una jerarquía establecida, una etapa pasajera, un *intermezzo* cultural de competencia más intensa y variados complejos de pautas y valores, previo a la remonopolización por parte de un nuevo *establishment*. ¿O bien deberíamos ver la ampliación *ad infinitum* de las tendencias actuales: el fin de la historia? En tal contexto, es saludable remitirse a etapas históricas parecidas de confusión e incoherencia culturales. Si hoy se afirma que no hay moda sino tan sólo modas, debemos tener presente que Simmel descubrió las mismas tendencias en la Florencia de alrededor de 1390, cuando los estilos de la elite social no tenían imitación y cada individuo procuraba crear su propio estilo. La moda y otras actividades relacionadas con el estilo de vida se emplean, para usar la metáfora de Simmel, como «puentes y puertas» que unen y excluyen. Si esas funciones parecen declinar, ¿significa eso que estamos meramente en un *intermezzo* transitorio? ¿O la ampliación del juego para atraer más grupos, culturas y naciones a un sistema mundial más extendido implica que las condiciones que posibilitaban a determinadas elites dominantes ejercer una hegemonía global sobre el gusto y la cultura ya no tienen vigencia a causa de la improbabilidad de prever una remonopolización, lo que nos remite a un desarrollo histórico en que los impulsos reconocidos y etiquetados como posmodernos pueden llegar a difundirse aún más?

# 8. Cultura de consumo y desorden global

Uno de los rasgos notables de la sociología de la década de 1980 ha sido el incremento del interés por la dimensión cultural de la vida social, lo cual ha llevado a la sociología de la cultura desde una posición marginal hasta el centro del campo sociológico (Robertson, 1988; y *supra*, capítulo 3). Al mismo tiempo, parece haberse producido un proceso inverso que desplazó a la sociología de la religión hacia un lugar más marginal y aislado dentro del campo (Fenn, 1982; Beckford, 1985). Con unas pocas excepciones, ha habido en general poco interés por los fenómenos religiosos entre quienes se dedicaron a teorizar el complejo cultural contemporáneo. Pero casi no hace falta recordar que los teóricos clásicos de la sociología, Weber y Durkheim, cuyas obras han sido consideradas durante mucho tiempo como modelos de la sociología de la cultura, juzgaron por igual que la religión era fundamental para comprender la estructura y el desarrollo de la vida social. En realidad, algunos sostienen que el paulatino debilitamiento de las influencias de la religión en la vida social, que puede ponerse en relación con los procesos de industrialización, racionalización, urbanización y diferenciación social, ha causado una crisis característicamente moderna del significado o en la eficacia del vínculo social, que sólo podría apaciguarse adecuadamente mediante la creación o la aparición de un nuevo complejo de significados o una nueva *moral*. A menudo se considera, entonces, que la declinación de la religión y la erosión de sus bases institucionales en la sociedad han dejado un vacío con efectos deletéreos tanto para el individuo como para la sociedad. Pero para otros, la disolución de la religión en un gran número de complejos de significado cuasi religiosos o no religiosos que brindan a los individuos conocimientos que los ayudan a enfrentar las arduas cuestiones existenciales del sentido último, lo sagrado, el nacimiento, la muerte, la sexualidad, etc.,

ha hecho meramente que la religión se tornara invisible. La famosa metáfora de Max Weber en *La ética protestante*, según la cual la religión se precipita sobre el mercado de los asuntos mundanos y cierra de un portazo el monasterio, se transforma aun más en la sociedad moderna, en que la religión está muy afianzada en el mercado de consumo al lado de otros complejos de significado. Pensamos aquí en las obras de Peter Berger (1969) y Thomas Luckmann (1967), que sostienen que los individuos pueden elegir, en el supermercado de los estilos de vida, dentro de una pluralidad de cuerpos de conocimientos convenientemente presentados en paquetes. El sentido de plenitud, felicidad y significado último de la vida de los individuos se sitúa ahora en la esfera privada, donde «el hombre es libre de elegir y decidir por sí mismo qué hacer con su tiempo, su casa, su cuerpo y sus dioses» (B. Luckmann, 1971); en relación con el modelo mercantil de la religión, véanse también Hammond (1986) y B. S. Turner (1983).

Si la tendencia de las sociedades occidentales modernas lleva a que la religión se convierta en una actividad privada de tiempo libre que se compra en el mercado como cualquier otro estilo de vida de la cultura de consumo, es preciso entonces que nos hagamos varias preguntas acerca del efecto de ese cambio sobre la religión. ¿La ha acercado a otras mercancías y experiencias de consumo? ¿Tiene que presentarse como forma de vida y complejo de significado que ofrecen una renovación emocional de la misma especie que otras actividades de tiempo libre? ¿Han adoptado otras experiencias de tiempo libre, tales como los espectáculos de la cultura de consumo, el aura de lo sagrado? ¿Qué peso tienen las cuestiones referidas al significado último, a la creencia, en las prácticas cotidianas corrientes y los equilibrios de poder en que los individuos están inmersos? ¿Qué conocimiento práctico efectivo suministran los complejos de significado religiosos, cuasi religiosos y no religiosos? ¿Son las cuestiones de significado y creencia más pertinentes para determinados grupos y clases (por ejemplo, los intelectuales)? ¿Cómo se relaciona la «elección» de determinados tipos de complejos de significado religiosos y cuasi religiosos con otras cuestiones de gusto y estilo de vida culturales que pueden relevarse dentro del universo de los gustos y estilos de vida vigentes en una sociedad específica? Además de considerar

la religión con referencia a la cultura de consumo, también debemos especular acerca de su posible papel en una cultura posmoderna. La cultura de consumo tiene, sin duda, su iniciación en la modernidad, pero muestra tendencias que apuntan hacia lo *pos*moderno.

## La cultura de consumo y lo sagrado

Por lo general se presenta a la cultura de consumo como sumamente destructiva de la religión a causa del énfasis que pone en el hedonismo, la búsqueda del placer aquí y ahora, el cultivo de estilos de vida expresivos, el desarrollo de tipos de personalidad narcisistas y egoístas. Antes de examinar algunas de las maneras en que la religión se ha ajustado a la cultura de consumo y el consumismo sigue sosteniendo una dimensión religiosa, será provechoso esbozar rápidamente algunos de los rasgos salientes de la cultura de consumo. Tal como lo sugiere, esta última expresión se refiere a la cultura de la sociedad de consumo. Se basa en el supuesto de que el movimiento hacia el consumo masivo se acompañó de una reorganización general de la producción simbólica y de las experiencias y prácticas cotidianas. Muchos estudios han hecho remontar sus orígenes al siglo XVIII en lo que concierne a las clases medias británicas (McKendrick *et al.*, 1982) y al siglo XIX en el caso de las clases trabajadoras de Gran Bretaña, Francia y los Estados Unidos, con el desarrollo de la publicidad, las grandes tiendas, los lugares de vacaciones, el entretenimiento y el tiempo libre masivos, etc. (Bailey, 1978; Ewen y Ewen, 1982; R. H. Williams, 1982). Otros estudios subrayan que en los Estados Unidos se produjo, durante el período entre las dos guerras, el primer desarrollo sostenido de una cultura de consumo, con nuevos gustos, disposiciones, experiencias e ideales, difundidos a través de la publicidad, la industria del cinematógrafo, las industrias de la moda y los cosméticos, la circulación masiva de periódicos y revistas sensacionalistas y los espectáculos deportivos de masas (Susman, 1982; Ewen, 1976; Bell, 1976). Con frecuencia se aduce que el consumismo llevó a un empobrecimiento espiritual y un egoísmo hedonista con su filosofía de «vive ahora y paga

después», que se oponía directamente a los regímenes ascéticos, la industriosidad, la previsión y la frugalidad enseñadas por la religión en general y por la herencia puritana en particular. En la década de 1930, Malcolm Cowley (1951) llamó la atención hacia lo que él llamaba la nueva «ética del consumo», desarrollada inicialmente por artistas e intelectuales bohemios de Greenwich Village como un ataque abierto a la ética cristiana de los negocios. La nueva ética del consumo, que fue recogida por la industria de la publicidad a fines de la década de 1920, celebraba el vivir para el momento, el hedonismo, la expresión de sí, la belleza corporal, el paganismo, la liberación de las obligaciones sociales, los sitios lejanos y exóticos, el cultivo del estilo y la estilización de la vida.

Es evidente que uno de los rasgos centrales de la cultura de consumo es la disponibilidad de una amplia gama de mercancías, bienes y experiencias que la población general debe consumir, poseer y anhelar. Pero ese consumo está lejos de ser sólo el consumo de bienes dirigidos a necesidades fijas (Adorno, 1967; Jameson, 1979; Leiss, 1983). Más bien, la cultura de consumo puede, a través de la publicidad, los medios de comunicación y las técnicas de exhibición de los bienes, desestabilizar la noción original del uso o significado de los bienes y adherir a ellos nuevas imágenes y signos que pueden reunir toda una gama de deseos y sentimientos asociados. La superproducción de signos y la pérdida de referentes de que ya hemos hablado en el contexto de la cultura posmoderna es, pues, una tendencia inmanente de la cultura de consumo. De ahí que en esta exista una tendencia a poner la cultura en el centro de la vida social, aunque se trata de una cultura fragmentada y constantemente reelaborada que no guarda ninguna coherencia con nada parecido a una ideología dominante. Por cierto, tenemos que precavernos de abordar la cultura en el nivel de los sistemas de signos e imágenes sin preguntarnos cómo se emplea en las prácticas cotidianas, y quién se dedica a su producción y diseminación. La respuesta a la segunda de estas preguntas supone examinar el papel de los especialistas en producción simbólica y de los diversos intermediarios culturales que manejan, ponen en circulación y abastecen de bienes culturales, lo cual haremos a la brevedad. La respuesta a la primera de las preguntas remite a la significación del culti-

vo activo del estilo de vida dentro de la imaginería de la cultura de consumo. Esto es, se alienta a los individuos a adoptar una actitud no utilitaria respecto de las mercancías y a escoger, disponer, adaptar y exhibir cuidadosamente los bienes —ya se trate del amoblamiento, la casa, el automóvil, la vestimenta, el cuerpo o las actividades de tiempo libre— para hacer una determinada afirmación estilística que exprese la individualidad de su propietario.

La preocupación por construir un estilo de vida expresivo y obtener de las mercancías y prácticas que rodean a los individuos una sensación de orden satisfactorio origina una demanda constante de información acerca de los estilos de vida. Para el individuo que tiene «una sola vida por vivir», hay un vasto conjunto de interpretaciones de los bienes, las experiencias y los estilos de vida culturales, todo lo cual apunta a la capacidad de transformación de sí mismo y del estilo de vida. Warren Susman (1979, pág. 220) ha sugerido que uno de los cambios fundamentales en la formación de la identidad producidos con el tránsito a la cultura de consumo se dio con el paso de la proclamación de las virtudes del carácter a las de la personalidad. Para ilustrar esa transición, cita manuales de consejos de las primeras décadas del siglo XX. O. S. Marsden, por ejemplo, escribió en 1899 un libro titulado *Character: The Greatest Thing in the World* [El carácter: la cosa más importante del mundo], en el que subrayaba los ideales del caballero cristiano: la integridad, el valor, el deber y las virtudes del trabajo duro y la sobriedad. En 1921 publicó un nuevo manual de consejos, *Masterful Personality* [Personalidad dominante], que subrayaba «la necesidad de hacer amigos y conservarlos», de «suscitar el agrado de la gente», de desarrollar «encanto» y «fascinación personales».

Desde ya, los manuales de este tipo difícilmente se limitaban al desarrollo de la cultura de consumo. Los libros de modales examinados por Norbert Elias (1978*b*, 1982) y su análisis de la domesticación de los caballeros medievales y de la aparición de una sociedad cortesana donde la nobleza se convirtió en especialista en el arte del consumo indican el cuidado con que los individuos tenían que tomar la moda, el porte, el estilo de presentación, lo mismo que la adquisición de habilidades para interpretar la apariencia de los demás a fin de sobrevivir en los fluctuantes equili-

brios de poder de la figuración cortesana. Aunque estos tipos de juegos de status (que, a diferencia de lo afirmado por Sennett [1976], no eran juegos festivos en absoluto) llevaron a una insistencia en las distinciones y diferencias que se adoptó en la cultura de consumo y es la cuestión central de uno de los principales análisis que se han hecho últimamente de las prácticas, los gustos y los estilos de vida de consumo —*Distinction*, de Bourdieu (1984)—, ello no debe cegarnos a la existencia de la contratendencia favorecida por el consumo y la democratización, a saber, la que se dirige a la igualación y la disminución de los contrastes (Gellner, 1979; B. S. Turner, 1986). La cultura de consumo, vista aquí como parte de un proceso de democratización funcional, proponía la trascendencia de las leyes suntuarias y se acompañó de una mayor nivelación de los equilibrios de poder (entre las clases, los hombres y las mujeres, los padres y los hijos) en la medida en que por primera vez los menos poderosos fueron capaces de emular, dentro de las limitaciones de la moda masiva, las prácticas y los estilos de consumo de los más poderosos.

Las tendencias a la emulación, la igualación y la imitación, por una parte, y a la diferenciación, la individualidad y la distinción, por la otra, han sido señaladas por Simmel (1978) como fundamentales en la dinámica de la moda, la cual es entendida como un compromiso entre la adhesión y la absorción en el grupo social, y la diferenciación y la distinción individuales respecto de los demás miembros del grupo. Simmel relaciona la moda con la fragmentación de la vida moderna, la neurastenia, la hiperestimulación y la excitación nerviosa que se aceleraron con el crecimiento de las metrópolis. El individuo moderno enfrenta un febril cambio de la moda y una pasmosa variedad de estilos. Pero la peculiar falta de estilo de la época, manifiesta en la cultura objetiva, en la cultura pública visible, se compensaba, para Simmel, con la estilización de los interiores, mediante la cual los individuos intentaban expresar su subjetividad (Frisby, 1985*a*, pág. 65).

Del análisis que Simmel hace de la moda en el cambio de siglo pueden extraerse otros dos puntos de interés que son relevantes para nuestra comprensión de la cultura de consumo. En primer lugar, Simmel considera que la moda está más estrechamente asociada a un estrato social determina-

do, las clases medias, y a un lugar específico, la metrópoli. En segundo lugar, la estilización de los objetos domésticos cotidianos, que es parte del proyecto del *Jugendstil* en Alemania (en Gran Bretaña hubo un movimiento paralelo conocido como «esteticismo»), puede ponerse en relación con un proyecto más amplio de «estilización de la vida cotidiana» y de «embellecimiento de la vida». Las dos cosas apuntan a una relación estrecha entre el arte, la moda y la cultura de consumo con los diversos productores, consumidores, audiencias, transmisores e intermediarios de sectores de la clase media que desarrollaron disposiciones, gustos, esquemas clasificatorios y prácticas de estilo de vida similares pese a la aparente búsqueda de individualidad y distinción, que supuestamente alejaba a los artistas y sus estilos de vida de las ocupaciones más mundanas y comerciales del diseño y la venta al por menor. Apuntan además a la necesidad de investigar los procesos de largo plazo que traen consigo el aumento de especialistas en producción simbólica y el incremento de disciplinas, instituciones y movimientos artísticos e intelectuales independientes que se produjeron desde fines del siglo XVIII. Este proceso, que comprende el desarrollo de movimientos como el romanticismo, el esteticismo, el modernismo y el dadaísmo, y la constante negación y recreación vanguardistas del estilo de vida bohemio y de oposición de los artistas, conllevó la transmisión de disposiciones y sensibilidades estéticas, con ideas como la del «artista como héroe» y la de «estilización de la vida», a audiencias más amplias. También alimentó la cultura de consumo de muchísimas maneras que alteraron el diseño de los objetos cotidianos, las mercancías y el tejido del paisaje urbano industrial, y que es posible caracterizar, empleando el título de un libro de James Allen (1983), como el romance del comercio y la cultura.

Por eso encierra mucho interés destacar las cualidades antinómicas, escandalizadoras y transgresoras de las contraculturas artísticas (por ejemplo, Bell, 1976). Con todo, debemos tener la cautela de no mirar únicamente los textos y los objetos artísticos y suponer que sus significados son evidentes por sí mismos y pueden ser leídos por entero, sino que tenemos que indagar cómo se los usa *prácticamente* en las actividades cotidianas. Existe el peligro de sobrestimar la significación de creencias que son producidas, clasifica-

das y analizadas primordialmente por especialistas simbólicos, y subestimar la importancia del conocimiento práctico, de los esquemas clasificatorios y las disposiciones dadas como un hecho y de sentido común, que no operan como normas, sino que se invocan cuando individuos unidos con otras personas en diversos y cambiantes equilibrios de poder despliegan de manera práctica la vida social (véanse Bourdieu, 1977; Elias, 1978*a*). Queremos señalar aquí los equilibrios de poder y los usos prácticos del conocimiento, porque el poder existe como un aspecto de toda relación humana desde el momento en que las personas, los grupos o los individuos tienen la capacidad de retener o monopolizar lo que otras personas necesitan: comida, amor, significado, protección frente a los ataques, conocimiento, etc. (Elias, 1984*b*, pág. 251).

Daniel Bell (1976, pág. 28), por ejemplo, nos dice que «el verdadero problema de la *modernidad* es el problema de la creencia». Los sistemas seculares de significado han resultado ser soluciones ilusorias a las crisis espirituales una vez que se cortó el anclaje de la sociedad en la religión, y sólo un renacimiento religioso es capaz de restablecer la continuidad de las generaciones y producir imágenes de orden cósmico, humildad y solicitud, que puedan expresar satisfactoriamente nuestra percepción de las dificultades existenciales. En vez de enfocar la cuestión en términos de un vacío de creencias que hay que llenar para producir algún orden moral significativo y un vínculo social apropiado —un vacío que, según Bell (1976, pág. 156), la justificación estética de la vida, con su énfasis en el hedonismo y la autoexpresión, es incapaz de llenar—, debemos indagar las formas específicas en que las creencias, sobre todo las producidas por especialistas en producción simbólica como los sacerdotes, los artistas y los intelectuales, han desempeñado un papel central en el mantenimiento de la unidad de la vida cotidiana. En el uso práctico cotidiano y la valoración de las creencias e ideas que hacen los especialistas simbólicos (artistas, intelectuales, sacerdotes) hay una tendencia a sobrestimar la importancia de los sistemas coherentes de creencias como guías pertinentes para la estructuración de las actividades de la vida cotidiana. En los intelectuales y los artistas también hay, en efecto, una tendencia, señalada por Bourdieu (1983*b*), a constituirse en «creadores increados», en el senti-

do de que apelan a lo que ese autor llama la «ideología del carisma», «el talento» y «el don», que deberían verse, antes bien, como algo que nace de la paulatina sedimentación de disposiciones y aptitudes prácticas que se fortalece dentro de contextos institucionales. Por eso se propende a considerar actividades artísticas como la escritura o la producción de obras de arte como creativas, y no se las entiende como prácticas que abarcan disposiciones sedimentadas, marcos institucionales y equilibrios de poder. En pocas palabras, los intelectuales y los artistas tienen interés en hacer gala de su desinterés, pero su desdén por las cosas materiales del mundo (el capital económico, el dinero, la propiedad), su aparente desinterés, puede encubrir su interés en acumular capital cultural, en lo cual la acumulación de status y prestigio obra efectivamente como una forma alternativa de aceptación y de poder. Por consiguiente, para comprender los cambios producidos en la creencia con la modernidad, debemos examinar los procesos de largo plazo que condujeron a un cambio en el equilibrio de poder en detrimento de los especialistas en conocimiento religioso y en favor del crecimiento del conocimiento científico, artístico e intelectual en diversas instituciones y en prácticas (cf. Elias, 1983, pág. 262). Ello supondría una investigación del proceso, iniciado en el siglo XVIII, de emergencia de una esfera cultural relativamente independiente, que fue paralela a la lucha por quebrar el monopolio que las autoridades eclesiásticas mantenían sobre el caudal societal de conocimientos (véase Featherstone, 1988). Por consiguiente, aunque es posible conceptualizar una de las corrientes de ese proceso como producida en el nivel de la creencia, también debemos considerar el uso práctico de las creencias en relación con las alianzas, los intereses y las luchas de los grupos.

Si bien es posible que conjuntos específicos de creencias o complejos éticos generen en determinados grupos una satisfacción y un compromiso emocionales intensos, se observa en general que: 1) a la larga esas etapas son difíciles de sostener, y 2) puede ser más fuerte el compromiso de ciertos grupos o fracciones de clase, que tal vez estén más predispuestos a tomar las ideas en serio, compromiso que raramente tiene validez universal en toda la sociedad, aun cuando sea posible que determinados grupos de portadores puedan sostenerlo como proyecto de largo plazo. De ahí que

las referencias de Cowley (1951) y Bell (1976, pág. 63) a la fuerza propulsora activa de una «ética del consumo» deban tomarse con cautela. La expresión «ética del consumo» desempeña también un papel destacado en *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, de Colin Campbell (1987). Campbell (1987, pág. 8) toma como modelo el enfoque cultural adoptado por Weber en *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, donde la supuesta afinidad entre una ética y un espíritu determinados generó impulsos psicológicos que dieron dirección a la vida cotidiana de un individuo. Pero en su obra posterior Weber (1968) desarrolló una versión sociológica mucho más estricta de la relación entre las creencias religiosas y las estructuras de status y poder de los grupos de una sociedad. Señaló que los grupos de status se esforzarán por preservar y fortalecer su actual estilo de vida manteniendo una distancia social y privando de oportunidades económicas a quienes no pertenecen a ellos (véase Bendix, 1959, pág. 258 y sigs.). Además de las estrategias de monopolización de los grupos establecidos, destinadas a mantener diferencias visibles en los estilos de vida, podemos agregar que los grupos de afuera se esforzarán por desmonopolizar y adoptar tácticas de usurpación, a fin de echar abajo la exclusividad y el privilegio (cf. Elias y Scotson, 1965; Bourdieu, 1983*a*; Parkin, 1979). Desde ya, al proceder así pueden declarar que tienen ambiciones más amplias de unirse a los grupos establecidos, y subrayar la sinceridad de sus creencias y su desinteresado regreso a los fundamentos, en procura de abordar su campo específico o aun el destino de un pueblo o de la humanidad en general.

Una objeción, pues, a los enfoques que entienden que la modernidad conlleva el reemplazo de la religión por el arte para llenar un vacío de creencias, o que querrían explicar la cultura de consumo en términos de una ética, es que tienden a apoyarse en una visión según la cual la sociedad necesita de creencias básicas o los individuos actúan a través de ellas. Por cierto, en determinadas circunstancias los especialistas en producción simbólica pueden tener interés en incrementar la demanda y la circulación de nuevos bienes simbólicos e intelectuales. Algunos grupos tienen, entonces, interés en tratar a los hombres y a las mujeres como «seres culturales» y formar alianzas con otros grupos que estén

interesados en cultivarse, en encarar la vida como un proyecto de aprendizaje; con todo, no podemos suponer que esto sea igualmente válido en toda la estructura social. Otros grupos pueden efectivamente diluir, trasponer e integrar complejos de significados articulados, como la religión, en sus prácticas mundanas cotidianas vigentes, con mayor hincapié en sus propios términos. La «gran cultura» puede tener, pues, una incidencia y una relevancia práctica diferentes para diferentes grupos (cf. Robertson, 1978, pág. 80). Para los intelectuales, una preocupación fundamental puede ser la de buscar coherencia y universalizar su interpretación particular del mundo al extremo de eliminar el desorden en la cultura.

La definición de Bell (1976; 1980, pág. 333) sobre la cultura como las modalidades de respuesta a las cuestiones fundamentales de la existencia: el amor, la muerte, la tragedia, el deber, confiere a su visión de la propia cultura y de la religión un sesgo intelectualista (véase Douglas, 1982, pág. 7). Si la religión se define como lo que proporciona el conjunto más coherente de respuestas a estas cuestiones existenciales fundamentales, es forzoso ver en su declinación una amenaza para la integración y el vínculo sociales, y este es, en efecto, el veredicto de Bell sobre la cultura del modernismo. Sin embargo, las perspectivas como esa también deberían tener en cuenta en qué medida la diversidad y el desorden culturales se produjeron tanto en las sociedades premodernas cuanto en las modernas. Existe el riesgo de aceptar lo que Margaret Archer (1988, pág. 1 y sigs.) denomina «el mito de la integración cultural», que alcanzó preponderancia en la antropología y el historicismo alemanes. En ese caso, la idea que nos hagamos de la coherencia cultural puede derivar de textos literarios supuestamente ejemplares, en la medida en que interpretemos las prácticas populares a partir de versiones intelectualistas y pasemos por alto la integridad y la diversidad de las tradiciones populares. Si observamos la orientación principal de la cultura popular, tal vez no encontremos mucho de la penetración del hostil modernismo cultural que tanto preocupa a Bell. Antes bien, tiende a mantenerse dentro de su enclave cultural para su consumo por audiencias y públicos especializados aunque en expansión. Las manifestaciones de la cultura popular predominante, tales como las telenovelas, los fil-

mes, la publicidad televisiva, los periódicos y las revistas, están, por regla general, mucho más exentas de la exploración, la crítica y la protesta culturales. A menudo se halla en ellas preocupación por la respetabilidad, la limpieza, la buena comida, la ropa, el servicio, la ley y el orden, la propiedad y el éxito individual (véase Douglas, 1982, pág. 16). Además, el consumo de masas raramente es la incesante ronda modernista de cultivo de nuevos placeres y sensaciones que Bell subraya. Mary Douglas (1982, pág. 16) sostiene que «para los propios consumidores, el consumo no es tanto un placer en sí mismo como un cumplimiento placentero de deberes sociales». Antes de pronunciarnos acerca del peligro que las actividades artísticas e intelectuales representan para la cultura y la integración social, tenemos que investigar los verdaderos usos prácticos cotidianos de la cultura por parte de distintos grupos sociales, lo cual nos lleva a considerar que la cultura se interrelaciona con las estructuras sociales y no se la puede ver como una esfera autónoma. Si no lo hacemos, corremos el riesgo de seguir a los teóricos de la sociedad de masas e interpretar el consumo masivo a partir de la producción masiva y perder de vista las diversas formas en que el significado y las mercancías culturales pueden reelaborarse y desmercantilizarse.

Las maneras en que nuevos conjuntos de ideas, sean religiosas o modernistas, expresadas por una elite cultural, influyen en un vasto número de personas es algo que debe ser demostrado, y no supuesto. Esto vale tanto para el protestantismo de la Inglaterra del siglo XVII como para el modernismo en los Estados Unidos del siglo XX. Una buena parte de la alta cultura puede desenvolverse ejerciendo escasa o nula influencia en la gente. En *La ética protestante*, Weber también se muestra cauteloso en cuanto al grado en que las doctrinas reformadas lograron salvar el abismo entre la alta cultura y el comportamiento cotidiano (Bendix, 1970, pág. 147). A los ministros puritanos ingleses del siglo XVII les preocupaba el sopor espiritual de sus fieles, y los testimonios sugieren que subsistió una tradición de escepticismo e irreligión (Reay, 1985*b*, pág. 101). El «teatro y contrateatro de la cultura popular», con sus cencerradas, sus ceremonias eclesiásticas burlescas, sus rituales de protesta popular y sus festivales, seguía teniendo mucha fuerza (Reay, 1985*a*, pág. 8). De hecho, como nos lo recuerda Reay

(1985*a*, pág. 16), «lo carnavalesco era sorprendentemente vigoroso en los comienzos de la Inglaterra moderna». Los carnavales, festivales y ferias de los comienzos de la Europa moderna celebraban la transgresión de la cultura clásica y oficial a través de inversiones simbólicas y la promoción de grotescos placeres corporales. Esos festejos representaban ámbitos de «desorden ordenado» donde podían explorarse la alteridad y el deseo (Stallybrass y White, 1986; véase el análisis *supra*, capítulo 5). Si bien es posible seguir a Bell (1976) y considerar la difusión del modernismo cultural en la cultura de consumo de las clases bajas, también es importante examinar la forma en que los repertorios simbólicos liminales, las transgresiones, las inversiones y la celebración de la alteridad se abrieron paso desde las tradiciones carnavalescas y populares hasta ser recogidas en las obras de arte y los estilos de vida de las bohemias incipientes, que se convirtieron en núcleos del modernismo cultural en las grandes ciudades del siglo XIX.

Es importante, pues, eludir la tentación de adherir a la tendencia de la sociología actual que busca «retraerse en el presente» (Elias, 1987*b*), y evitar remontarse desde nuestros autodesignados tiempos turbulentos hasta algún momento de orden y de estabilidad, una unidad orgánica preindustrial existente antes de 1750 (Easton *et al.*, 1988, pág. 20). La preocupación de Bell (1976, 1980) por los deletéreos efectos del modernismo cultural también puede ponerse en relación con la tradición alemana de racionalización societal y *Kulturpessimismus* (Kalberg, 1987), de acuerdo con la cual la sociedad contemporánea de consumo masivo es una sociedad atomizada, impersonal y desprovista de vínculos sociales y medios de integración significativos. No sorprende, entonces, que a Bell se lo haya acusado de nostalgioso, en la medida en que se propone abogar por un renacimiento religioso que restaure el vínculo social aparentemente amenazado por el modernismo cultural (O'Neill, 1988).

En resumen, pues, para comprender la cultura contemporánea y el lugar que la religión tiene en ella, debemos adoptar una definición de la cultura más amplia que la de Bell y más sensible a la diversidad y al desorden culturales. Es posible que los grupos dispuestos a tomar las ideas en serio se restrinjan a determinados ámbitos dentro de la es-

tructura de clases (por ejemplo, los especialistas simbólicos y los intermediarios culturales de la clase media). Además, puede haber otros grupos que hagan caso omiso de las creencias formales. Es posible que los procesos particulares de formación de los Estados nacionales den lugar a una pluralidad de resultados por los que diferentes sociedades desarrollan orientaciones diversas en materia de creencias, religiones y bienes intelectuales. En el proceso de formación de algunos Estados donde la aristocracia desempeña un papel menor, la particular conjunción de especialistas simbólicos (por ejemplo, los puritanos) y de especialistas económicos de las clases medias puede contribuir a producir una cultura nacional y una estructura de carácter que favorezcan la importancia de las creencias. Es posible considerar desde esta perspectiva la cultura de la clase media de los Estados Unidos (véase Bellah *et al.*, 1985). Por último, el atractivo que ejercen los sistemas de creencias puede variar históricamente, y en determinados momentos es posible que ciertos sentimientos se difundan temporalmente en una población más vasta. Es una visión durkheimiana como esa la que ahora consideraremos.

Durkheim (1974, pág. 92) destacaba que las sociedades experimentan momentos de fervor y entusiasmo colectivos. Esos momentos son, no obstante, difíciles de mantener en el tiempo y en todos los grupos sociales de una sociedad diferenciada. Durkheim señalaba que en el corazón de la sociedad hay una afectividad profunda y persistente que se manifiesta en símbolos que encarnan sentimientos sociales y representaciones y rituales colectivos (Tiryakian, 1978). Desde este punto de vista, la modernidad, pese a sus procesos de racionalización, mercantilización, secularización y desencantamiento, no lleva al eclipse de los sentimientos religiosos; pues, aun cuando las religiones formales pueden declinar, las clasificaciones simbólicas y las prácticas rituales que encarnan las distinciones entre lo sagrado y lo profano continúan viviendo en el núcleo de los procesos sociales seculares. Como observaba Durkheim, si cualquier cosa puede volverse sagrada, ¿por qué no los bienes «profanos» del capitalismo? Si se atiende al uso real que se hace de las mercancías, se ve con claridad que en determinados contextos pueden perder su condición de tales y asumir una carga simbólica (por encima de la prevista por los publicitarios),

que las convierte en sagradas para sus usuarios. Por tanto, es posible que los bienes de consumo mundanos pasen a ser posesiones veneradas (véase Rochberg-Halton, 1986, pág. 170).

Por consiguiente, la sociedad moderna está lejos de ser un mundo material y secular simbólicamente empobrecido, en el que las mercancías, los bienes y las cosas se ven como meras «utilidades». Como he afirmado, la cultura de consumo produce una vasta y cambiante red de signos, imágenes y símbolos, y no es posible concebir esos símbolos como meramente profanos. Alexander (1988, pág. 189), apoyado en la obra tardía de Durkheim, afirma que en la sociedad moderna «los símbolos sociales son *como* los símbolos sagrados, en el sentido de que son poderosos y apremiantes; el conflicto entre los valores sociales es *como* el conflicto entre lo sagrado y lo profano, o entre la sacralidad pura y la impura; la interacción política es como la participación ritual, en la medida en que genera cohesión y adhesión a valores». Esto no implica que los símbolos sociales sean armoniosos e integradores: se los puede poner en tela de juicio y están sujetos a procesos competitivos. Cabe pensar aquí, por ejemplo, que en la dimensión cultural del proceso de formación del Estado, con su regulación moral legítima y sus representaciones colectivas unificadoras, debe verse el producto de una lucha constante por desacreditar y excluir las culturas y tradiciones alternativas (Corrigan y Sayer, 1985). El estudio de Alexander (1988) acerca de la crisis de Watergate en los Estados Unidos a principios de la década de 1970 es una buena ilustración del resultado de una lucha entre elites diferenciadas, que condujo a la creación de una *communitas* ritual a través de las audiencias televisadas que afirmaban los sagrados mitos democráticos de la religión cívica estadounidense.

Desde cierta perspectiva, puede considerarse que la televisión de la cultura de consumo trivializa lo sagrado con su capacidad de difundir un flujo de información y crear yuxtaposiciones extravagantes al poner en relación de contigüidad signos y símbolos antes herméticamente cerrados. Con todo, puede decirse también que las ceremonias, los acontecimientos y los espectáculos televisados son igualmente capaces de suscitar el sentimiento de una ocasión festiva (Dayan y Katz, 1988). Esos actos (por ejemplo, las coronaciones,

las bodas reales, los funerales oficiales y hasta los conciertos de rock y las finales de los campeonatos deportivos) pueden realzar el sentimiento de lo sagrado, hasta generar y reafirmar el consenso moral que apuntala los conflictos y la competencia sociales. El hecho de que en las sociedades modernas seamos más conscientes de las tentativas de inventar tradiciones, de fabricar el carisma y lo sagrado, y de manipular el consenso mediante la televisión, no debe cegarnos ante los acontecimientos en los que se origina un nuevo sentimiento de lo sagrado para sucesivas generaciones. Como observaba Durkheim, en esas ocasiones se generan intensos sentimientos de excitación, «emoción líquida», y se los refuerza acompañando la actividad comunal con cantos, danzas y gestos rituales. La década de 1960, con sus *happenings*, los festivales de música como Woodstock y la sensación general de excitación y efervescencia, puede ser considerada en estos términos. Esos momentos festivos en los que el rutinario mundo cotidiano se transforma en un extraordinario mundo sagrado hacen que transitoriamente las personas vivan al unísono, próximas al ideal (Tiryakian, 1978; Durkheim, 1974). Los encuentros posteriores suelen incorporar rituales que evocan el aura sagrada de los acontecimientos originarios y actúan en realidad como «baterías» cargadas de emoción líquida que pueden trasladarse para servir de sostén a la gente en el mundo más secular de la vida cotidiana (Collins, 1988*b*, pág. 111). La televisación de espectáculos de rock como Band Aid, Food Aid, el recital Nelson Mandela y otras concentraciones transnacionales también pueden suscitar un sentimiento más directo de solidaridad emocional, gracias al cual se reaniman y se refuerzan preocupaciones morales como el sentido de una común humanidad, la sacralidad de la persona, de los derechos humanos y, más recientemente, de la naturaleza y las especies no humanas.

Hemos sostenido, pues, que la cultura de consumo no produjo como resultado el eclipse de lo sagrado a causa de un materialismo degradado. Esto contrasta con lo sostenido por teóricos que quieren restringir la definición de la cultura y de la religión a las respuestas coherentes a las cuestiones existenciales fundamentales (nacimiento, enfermedad, muerte, amor). En lugar de ello podemos admitir una definición más amplia de la cultura que no sólo tome en cuen-

ta las instituciones y los movimientos religiosos formales sino también los procesos y las prácticas sociales que generan y regeneran símbolos sagrados, ya sean las ceremonias oficiales, los conciertos de rock o los pequeños rituales sagrados que transmiten solidaridad entre pequeños grupos o entre amigos y amantes. Por eso debemos abandonar los enfoques que interpretan el consumo sólo como un derivado de la producción y lo desestiman considerándolo «masivo». Tenemos que reconocer, en cambio, que si bien el consumismo produce la inflación de la cantidad de bienes en circulación, no resulta de ello un eclipse general de lo sagrado, como se hace evidente si atendemos al simbolismo que los bienes tienen en la práctica.

## Posmodernismo y desorden cultural

En esta última sección examinaremos algunos de los cambios que se han producido desde la década de 1960 en las sociedades occidentales, los cuales han llevado a algunos comentaristas a sugerir que estamos ante el inicio de la transición a una cultura posmoderna. Examinaremos la relación de estas tendencias con la cultura de consumo en general y, más específicamente, los cambios que se producen en los círculos intelectuales y artísticos, y su relación con otros grupos, que están modificando los medios de transmisión, circulación y recepción de los bienes simbólicos. En síntesis, si está surgiendo una cultura posmoderna, no sólo debemos preguntarnos «¿qué es la cultura posmoderna?», sino «¿dónde está la cultura posmoderna?» y «¿qué grupos tienen interés en hacerla realidad?», y esto sobre la base de formas de sensibilidad más generales que pueden estar apareciendo con el fin de educar y crear audiencias más vastas. En una línea más especulativa, también debemos relacionar esos cambios con otros más amplios en el orden global, cambios en el equilibrio de poder entre Estados naciones, producidos en un nivel intersocietal. Es claro que la noción de cultura posmoderna deriva de un contexto occidental, con el supuesto de que representa una trascendencia no positiva, una dramática ruptura con lo que durante mucho tiempo se consideró la trayectoria evolutiva de la mo-

dernidad occidental. Debemos preguntarnos en qué medida y de qué modo esta presunta sensibilidad al policulturalismo, a la integridad y «alteridad» de diferentes tradiciones culturales se encuentra a mitad de camino con tendencias inminentes de esas otras tradiciones para producir una circunstancia global más abierta y pluralista que incluya ciertas tendencias al desorden cultural; y hasta qué punto es meramente una pausa o una relajación transitoria de la lucha por la dominación, con la posibilidad de que se produzca una intensificación de las luchas de poder y de las disputas por la supresión económica entre estados, en el planteamiento de la perspectiva de cambiantes trayectorias para distintas tradiciones culturales y nuevos órdenes de dominación cultural.

Si nos preguntamos quiénes son los productores y los portadores de los bienes culturales posmodernos, tenemos que concentrarnos en primer lugar en los cambios que se han producido en distintos campos artísticos e intelectuales: el arte, la literatura, la arquitectura, la música, la crítica y el mundo académico. Fue en esos campos donde el término se empleó por primera vez en las décadas de 1960 y 1970 para aludir a un movimiento superador del modernismo literario y artístico, sobre el cual se estimaba que había llegado a su agotamiento formal, así como al fin de su impulso opositor y vanguardista debido a su canonización por las academias, los museos y las galerías, hecho que a la vez lo volvía aceptable y lo convertía en parte de los contenidos establecidos de las instituciones de educación superior. El problema que plantea el intento de definir el posmodernismo estriba en que el término significa cosas distintas en cada campo particular. Pero el papel de los críticos y los intermediarios culturales en lo que concierne a la circulación de la información entre los distintos campos consiste en crear una noción común sobre el significado del término. Eso fomenta su uso por parte de distintos especialistas en producción simbólica, como los artistas, los novelistas, los comentaristas intelectuales y académicos y los investigadores, quienes lo emplean para interpretar y modelar un conjunto particular de prácticas cotidianas y artefactos y modalidades culturales. Desde este punto de vista, es posible aislar varios rasgos del posmodernismo.

En primer lugar, el posmodernismo conlleva un ataque al arte autónomo, institucionalizado, para negar sus fundamentos y su objeto. No cabe entender el arte como una forma superior de experiencia derivada del genio creativo o de cualidades especiales del artista. Ya está todo visto y escrito; el artista no puede alcanzar la singularidad, sino que está condenado a hacer repeticiones, cosa que debe realizar sin pretensiones. Este movimiento de superación de la obra de arte creativa, de la labor artística o el texto magistral iconificado en el museo, supone un oscurecimiento de la distinción entre el arte y la vida cotidiana. En realidad, el arte está en todas partes: en la calle, en el desecho, en el cuerpo, en el acontecimiento. Ya no es posible una distinción válida entre el arte elevado o serio y el arte popular masivo y el *kitsch*.

En segundo lugar, el posmodernismo desarrolla una estética de la sensación, una estética del cuerpo que subraya la inmediatez y la irreflexividad de los procesos primarios: lo que Lyotard llama lo *figural* en oposición a lo *discursivo*, que tiene su base en procesos secundarios (Lash, 1988). Es legítimo, por tanto, subvertir la narración en una serie de flujos, detenerse en la sonoridad de la palabra dicha en oposición a su significado (el teatro de Artaud), considerar el cuerpo (tanto su interior cuanto su exterior) como arte.

En tercer lugar, en los campos literario, crítico y académico, el posmodernismo implica una crítica antifundacionalista de todas las metanarrativas, sea en la ciencia, la religión, la filosofía, el humanismo, el marxismo u otros cuerpos sistemáticos de conocimiento. En lugar de los *grands récits* (las metanarrativas), Lyotard (1977) destaca los *petits récits*. De ahí que se valore el conocimiento «local» en términos del *pagus*, el espacio habitado por el «pagano», que asume el aspecto de un conocimiento antiteológico que cuestiona sus pretensiones de conocimiento global (Doherty, 1987, pág. 215). En adelante, el conocimiento deberá ser nómade y paródico. Deberá subrayar lúdicamente las discontinuidades, la apertura, la aleatoriedad, las ironías, la reflexividad, las incoherencias y las cualidades multifrénicas de textos que ya no pueden leerse con la intención de extraer una interpretación sistemática. Nuestra condición intramundana y nuestra captura en una red simbólica opaca indican que no debemos hablar del fin de la historia o del fin de la socie-

dad en sentido epocal; antes bien, el fin de la historia siempre ha estado ahí.

En cuarto lugar, en el nivel de las experiencias culturales cotidianas, el posmodernismo implica la transformación de la realidad en imágenes y la fragmentación del tiempo en una serie de presentes perpetuos (Jameson, 1984*a*, pág. 15). La cultura cotidiana posmoderna es, por tanto, una cultura de la diversidad y la heterogeneidad estilísticas, de una sobrecarga de imaginería y simulacros que lleva a una pérdida del referente o del sentido de realidad. La ulterior fragmentación del tiempo en una serie de presentes a causa de la incapacidad de encadenar signos e imágenes en secuencias narrativas conduce a un énfasis esquizofrénico en las experiencias vívidas, inmediatas, aisladas, cargadas de afecto, de la presencia del mundo: de las *intensidades*. En este punto, la visión del mundo de un espectador de MTV que salta de un canal a otro se presenta como la forma paradigmática.

En quinto lugar, el posmodernismo propicia, entonces, una estetización del modo de percepción y la estetización de la vida cotidiana. El arte y las experiencias estéticas se transforman, por tanto, en los paradigmas fundamentales del conocimiento, la experiencia y el sentir del significado de la vida.

Desde ya, estos rasgos que hemos aislado sólo pueden considerarse por ahora tendencias que se dan en pequeños sectores de los campos académico e intelectual. Debe subrayarse, ante todo, que esos rasgos no son en sí mismos históricamente nuevos o singulares de la fase que sucede a la década de 1960. Si tomamos, por ejemplo, el segundo y el quinto factor, es claro, según se ha visto en el capítulo 5, que el sentido de la estética figural y la estetización de la vida cotidiana pueden rastrearse hasta los carnavales, los festivales y las ferias de la Edad Media. Esta tradición se convirtió en fuente de fascinación para las clases medias, algunas de las cuales incorporaron rasgos de lo carnavalesco y sus transgresiones a los productos y los estilos de vida de las bohemias artísticas y literarias que se desarrollaron en el siglo XIX. Esta es, desde ya, la fuente de la vanguardia artística que se preocupa por desplazar constantemente los parámetros del modernismo artístico. Lo que parecería ser diferente en la aparición de lo posmoderno es el grado y la prolifera-

ción de esas sensibilidades: en la Edad Media, lo carnavalesco era un enclave liminal más o menos circunscripto y de corta duración. Hoy el número de especialistas simbólicos y de audiencias potenciales, tanto gracias al mercado artístico como al de la cultura de consumo, es mucho mayor. Con todo, hay razones para suponer que el desarrollo mismo de esas percepciones puede ser un indicio de cambios culturales más fundamentales que se están produciendo en la sociedad. Si es así, tenemos que examinar más de cerca el público de la estetización de la vida, la base para la existencia de audiencias más vastas que puedan estar a tono con las sensibilidades posmodernas y se eduquen en ellas.

Puede sostenerse que en los últimos años se ha creado un mercado más amplio de bienes intelectuales, culturales y simbólicos, lo cual es notorio en el incremento del número de especialistas de esas áreas afectados a la producción, la circulación y la transmisión de estos bienes a la nueva clase media. Acerca del surgimiento y la composición de esta última hay amplios debates que no tenemos espacio para considerar aquí (en el capítulo 3 se encontrará una discusión al respecto), salvo para señalar la falta de acuerdo en la terminología, lo que se manifiesta en el empleo de expresiones tales como «la clase del conocimiento», «la nueva clase», «la nueva pequeña burguesía» y «la clase de los servicios». Los especialistas en ciencias sociales sí están de acuerdo, no obstante, en que este ha sido un estrato en expansión en una fase de incremento del desempleo. Los sectores que más interesan a nuestros fines particulares son, como lo hemos señalado constantemente, los intelectuales, los artistas, los académicos y los que Bourdieu (1984) llama «nuevos intermediarios culturales». Estos últimos promueven y popularizan activamente en una audiencia más amplia el estilo de vida de los intelectuales, además de contribuir a quebrar la exclusividad del conocimiento intelectual y la gama de actividades y campos acerca de los cuales puede inducirse a los intelectuales a expresar su opinión. Esto ayuda a derribar algunas de las antiguas barreras y jerarquías simbólicas basadas en la distinción entre la alta cultura y la cultura de masas. Contribuye asimismo a educar y crear una audiencia más amplia para los bienes y experiencias intelectuales y artísticas que son receptivos a algunas de las sensibili-

dades manifiestas en fenómenos como el del posmodernismo.

Como lo he sugerido anteriormente, los orígenes de esas sensibilidades deben considerarse parte de un proceso de largo plazo de crecimiento numérico e incremento del potencial de poder de los especialistas en producción simbólica, que puede remontarse hasta el movimiento romántico. Los artistas en particular, y los especialistas en producción simbólica y los intermediarios en general, están más dispuestos a una mayor exploración emocional como parte de su trabajo y de su estilo de vida. Este aspecto fue especialmente claro en la década de 1960, cuando una amplia cohorte que ingresaba en la educación superior y en el sector de servicios en expansión llegó a ser identificada como una «contracultura» que atacaba la contención emocional y favorecía un estilo más distendido e informal, que se manifestaba en la manera de vestirse y de presentarse. En sustancia, este proceso de informalización (Wouters, 1986), que se hizo notorio en las décadas de 1960 y 1970, aunque presentado como una peligrosa e ingenua regresión emocional en algunos círculos, dependía en realidad de un mayor autocontrol: «un control descontrolado de las emociones» que implicaba una distensión y un nivel más elevado de control en la capacidad de enfrentarse con emociones hasta entonces reprimidas. En la década de 1970, también se consideró que tenía peligrosas implicaciones narcisistas de centramiento en sí mismo (Lasch, 1979). Puede argumentarse, no obstante, que los canones de conducta menos estrictos y la distensión de los códigos que acompañaron la informalización y la exploración emocional requerían que los individuos mostraran mayor respeto recíproco (Wouters, 1979). Bien puede ser esto lo sucedido en algunos de los nuevos movimientos religiosos y terapias de la conciencia. La mayor difusión de los cambios en las estructuras organizativas, en favor de modalidades menos autoritarias de gestión basadas en la negociación (más notables en la educación y las profesiones asistenciales, pero en modo alguno ausentes en otras organizaciones industriales y administrativas) también propició una mayor flexibilidad en el desempeño de los roles y la estructura de mando (De Swaan, 1981; Haferkamp, 1987).

Por consiguiente, hay que comprender el posmodernismo sobre el trasfondo de un proceso de largo plazo que en-

traña el crecimiento de la cultura de consumo y la expansión de la cantidad de especialistas e intermediarios afectados a la producción y la circulación de bienes simbólicos. El posmodernismo se apoya en tendencias de la cultura de consumo que favorecen la estetización de la vida, el supuesto de que la vida estética es la vida éticamente buena y no hay una naturaleza humana o un verdadero yo, en tanto que la meta de la vida es la búsqueda sin término de nuevas experiencias, valores y vocabularios. Si bien este puede ser un paradigma particularmente amenazador y limitativo para la investigación en ciencias sociales, no hay razones para hacer la misma afirmación en cuanto a su papel en la vida cotidiana. La justificación estética de la vida debe examinarse sin apasionamientos y, si así se hace, puede ponerse de manifiesto que el descontrol controlado de las emociones y la ausencia de un sistema coherente y centralizado de creencias religiosas no conducen al nihilismo ni a la disgregación social; antes bien, la adopción de criterios estéticos y conocimientos locales puede conducir de manera igualmente posible a una expectativa mutua de autocontención y respeto por el otro.

Esto no lleva necesariamente al fin de lo sagrado; en realidad, como he dicho, en la cultura de consumo lo sagrado puede sostenerse fuera de la religión organizada. Con todo, y si damos crédito a algunos de los teóricos de lo posmoderno, existen tendencias que amenazarían lo sagrado. Baudrillard (1983*a*), por ejemplo, al llamar la atención hacia la sobrecarga de información, signos e imágenes en una sociedad en la que «la televisión es el mundo», sostiene que esa sobrecarga amenaza nuestra capacidad de encadenar signos en secuencias narrativas. A cambio de ello, obtenemos un placer estético en la experiencia superficial de las intensidades del flujo de imágenes: no buscamos un significado coherente y duradero. Esto conllevaría, entonces, el fin de lo simbólico, dado que los signos estarían libres para adoptar cualquier asociación y elisión de significado que vomitaran las accidentales y extravagantes yuxtaposiciones de la cultura de consumo. En realidad, nos encaminaríamos hacia el desorden cultural. Pero si nos apartamos de ideas como la de que «la televisión es el mundo» (el ejemplo más cercano sería el de un espectador solitario que mira MTV las veinticuatro horas), que concibe ese medio como una especie de

«empapelado móvil», y abordamos las prácticas reales de ver televisión, advertimos un derrumbe de la distinción entre lo público y lo privado. Así sucede, en especial, cuando consideramos un grupo de espectadores que, lejos de ser pasivos, pueden tomar parte activamente en la religiosidad de los hechos, los espectáculos y las ceremonias, y hasta ritualizar la actividad vistiéndose con elegancia (Dayan y Katz, 1988, pág. 162). De ahí que, una vez que desechamos ideas como la de sobrecarga de información, en la que la manera de la información determina el contenido y la recepción, para considerar la contemplación activa por parte de personas concretas, pueden sostenerse entonces las dimensiones simbólica y sagrada de la vida social. En realidad, el aspecto práctico de la reproducción cultural exige que las personas procuren fijar los signos según esquemas clasificatorios que tengan una coherencia práctica y una dimensión simbólica, sin buscar con ello, como hemos señalado, la consistencia y credibilidad lógica y racional que revisten más importancia para las prácticas de los especialistas simbólicos.

Se plantea por último la cuestión del modo en que la cultura de consumo y el posmodernismo pueden relacionarse con el orden global. Suele suponerse que la cultura de consumo en escala global corre paralela a la expansión del poder de los Estados Unidos en el orden económico mundial (Mattelart, 1979). En ese caso se entiende que aquella está destinada a convertirse en una cultura universal que destruirá la cultura nacional de cada país. Pero los estudios acerca del efecto de la recepción televisiva subrayan la importancia de las diferencias nacionales en la lectura y la decodificación de los mensajes. En realidad, los mensajes insertos en los programas de televisión sólo tienen sentido para quienes están familiarizados con los códigos, de modo que nacionalidades y clases sociales diferentes verán los programas de popularidad internacional a través de códigos inadecuados. También puede sostenerse que la tendencia, ya señalada, de la cultura de consumo a producir una sobrecarga de información y de signos actuaría igualmente en contra de cualquier creencia global universal coherente e integrada en el nivel del contenido. Sin embargo, el predominio de imágenes del «otro», de naciones diferentes antes desconocidas o a las que sólo se hacía referencia a través de

rígidos estereotipos, puede contribuir eficazmente a poner en la agenda al otro y a la sensación de una circunstancia global.

En relación con el posmodernismo, la pérdida del sentido del «otro» como ajeno o exótico como un estereotipo, que emana de la pérdida de la fe en las metanarrativas que subyacen a esas interpretaciones —pensamos aquí en la obra de Said sobre el orientalismo—, produce una crisis más profunda de la autoridad de la interpretación de diferentes culturas o tradiciones hecha desde un punto central o fundamento. Esta crisis empieza a manifestarse en teorizaciones de todo el ámbito de las ciencias sociales, y puede relacionarse con los cambios en la percepción de la circunstancia global. La apertura a la alteridad y el desorden de diferentes culturas, antes ignorada o sentida alguna vez como amenazadora, representa en sí misma un cambio en los equilibrios de poder entre las naciones. El hecho de procurar conocer al otro en sus propios términos, de buscar una vislumbre detrás de los estereotipos rígidos y altaneros, refleja el giro hermenéutico de la metodología cultural. Este movimiento hacia la desclasificación cultural y la deconstrucción de jerarquías simbólicas de larga data remite a un mundo en el que se extienden y se entretejen más estrechamente las cadenas de interdependencias entre las naciones y las culturas. En antropología, por ejemplo, la aceptación, inducida por el posmodernismo, de la particularidad y la integridad de diversos cuerpos de conocimiento local, ha sido llevada a un estadio más avanzado, en el que los sujetos antropológicos no solamente discuten la autoridad y la validez de la interpretación del antropólogo, sino que buscan hablar por sí mismos. Al antropólogo no le queda sino contar un relato de su propia experiencia (Friedman, 1987). Estos cambios producidos en el nivel intersocietal, que acercan a los académicos y los intelectuales a un punto de vista pluricultural, se combinan con otros en el nivel intrasocietal, a algunos de los cuales he aludido, y, por un lado, han reducido el poder de la autoridad de los intelectuales en virtud de la inflación de su esfera de acción, de la que resulta una mayor cantidad de nuevos intelectuales y la desmonopolización de la capacidad de los ya establecidos de definir las jerarquías simbólicas; por el otro, el mercado de consumo tironea con una demanda creciente de bienes simbólicos

por parte de los nuevos intermediarios culturales para satisfacer su sed de nuevas experiencias y sensaciones culturales, etc. En sustancia, el intelectual queda limitado al papel de intérprete que presenta paquetes de particularidades y es incapaz de proporcionar un conocimiento universal legítimo con alguna posibilidad de tener efectos legislativos o prácticos (Bauman, 1985).

Desde cierto punto de vista, es posible entender el posmodernismo como una imagen cultural, un concepto-talismán que incorpora imágenes de desorden, disolución, relativismo y fragmentación, y abre un espacio más allá de las hipostatizaciones del arsenal conceptual sistemático y universalizador de lo moderno. Sus defensores hallan atractiva la reaparición de imágenes de desorden cultural, que han sido de por sí un subtema antagónico y transgresor dentro de la tradición occidental, pero que se mantuvo en gran medida enclavado en lo carnavalesco liminal y sus recuperaciones artísticas. Dichas imágenes pueden tener un atractivo mayor, no sólo debido a los cambios intrasocietales en la estructura de clases que ponen en primer plano nuevos mercados para los bienes simbólicos y nuevas oportunidades para los especialistas simbólicos, sino también en términos de procesos intersocietales y globales. En realidad, dada la identificación de lo moderno con el proyecto universalizador de la cultura occidental, el uso del término «posmoderno» puede, en cierto sentido, orientarnos en las cambiantes circunstancias en las que el mundo es visto como un lugar en el que ocupan el primer plano imágenes del planeta diferentes y rivales (Robertson, 1987).

# 9. ¿Cultura común o culturas no comunes?

Referirse a una «cultura común» plantea de inmediato problemas de interpretación. La palabra «común» alude a algo compartido, pero también tiene el significado de cosa baja, vulgar y no refinada. Este segundo sentido del término puede ponerse en relación con el latín «*vulgus*»: la gente común (R. Williams, 1976, pág. 61). Podríamos, por tanto, reducir el título de este capítulo a «¿cultura común?» y hacer jugar los dos significados del término «común»: una cultura que es o debería ser compartida e integradora, y una cultura que es baja, vulgar y no refinada, aparentemente necesitada de cierta dirección y guía para elevarla y refinarla. El término «cultura» es, desde ya, aun más problemático, y se trata, además, de un concepto esencialmente discutido que abarca una amplia gama de significados. Se lo ha empleado de distintas maneras para aludir a normas, ideas, creencias, valores, símbolos, lenguajes y códigos. Puede aludir asimismo al proceso de desarrollo espiritual e intelectual de la persona, o a enclaves y prácticas intelectuales y artísticos especializados (la esfera cultural o alta cultura) y aun a todo el modo de vida de un grupo, un pueblo o una sociedad (la visión antropológica). Este último significado, el de cultura como «todo un modo de vida», supone implícitamente, según veremos, un conjunto común y compartido de significados, creencias y valores entre personas que de alguna manera se reúnen en un todo integrado.

Es posible vincular entre sí dos de los significados de «cultura» que acabamos de señalar: la cultura como «el proceso de desarrollo espiritual e intelectual de la persona» y como «los productos de las prácticas artísticas e intelectua-

Mi comprensión del multiculturalismo se ha beneficiado enormemente con las discusiones que sostuve con Roland Robertson y Bryan S. Turner, cuyo apoyo menciono con agradecimiento.

les». Ello es así porque el valor positivo que quienes podríamos llamar especialistas simbólicos, quienes se dedican a las prácticas artísticas intelectuales, atribuyen a la persona culta o cultivada, conduce a menudo a la idea de que la cultura, en el sentido de la formación de una cultura común en *sus* términos, que entrañan la educación del vulgo en un conjunto más elevado y coherente de valores y gustos, es un proyecto que vale la pena.

Se corre aquí el riesgo de confundir la cuestión de si existe realmente una cultura común con la de si debería haberla, y es preciso que separemos estos dos niveles de análisis que a menudo se eliden. En primer lugar, debemos considerar la tesis de la cultura común presente en la sociología y la antropología y que supone que una cultura coherente o una ideología dominante desempeña un papel decisivo en la conservación del orden y la integración sociales. Es preciso que separemos esta tesis de una segunda inquietud que se ha desarrollado en los campos de la teoría literaria y los estudios culturales, en torno del valor o la necesidad de tener una cultura común. Tenemos aquí una gama típica de posiciones que destacan que en el pasado ha existido una cultura común, pero que hoy sufre un proceso de destrucción por obra de una cultura de consumo masiva, de manera que deben buscarse las formas de revitalizar la tradición cultural; o, como alternativa, que sólo puede crearse una cultura común en términos del proyecto educativo de una elite cultural que, en última instancia, eliminará los residuos culturales vulgares y brutales; o bien, finalmente, que es posible una solución menos elitista que permita el desarrollo de una cultura verdaderamente común que combine e incorpore la cultura de la gente común (ahora valorada positivamente) y elementos selectos de la tradición cultural «elevada». Raymond Williams sería uno de los principales expositores de esta última posición.

Cabe añadir una última observación preliminar antes de examinar más de cerca los enfoques que acabamos de esbozar. En la actualidad el tema de la cultura común despierta escasa pasión en las humanidades y en las ciencias sociales. Un tema que está mucho más vivo, el del posmodernismo, es, en varios sentidos, la antítesis de la cuestión de la cultura común. Por consiguiente, en cierto modo es necesario que no veamos la cultura común como un valor eternamente fijo

o una abstracción estáticamente concebida. Antes bien, debemos indagar las condiciones de su producción y formación. Ello supone, en particular, un análisis de los cambios en los equilibrios de poder y las interdependencias entre los especialistas simbólicos (intelectuales, artistas, académicos e intermediarios culturales) y otros grupos. Es en términos de estos procesos más amplios —que propulsan a determinados grupos de especialistas simbólicos y son testigos de la desaparición de otros— como debemos procurar entender por qué ciertas concepciones de la cultura ganan o pierden popularidad. Hace poco se ha afirmado que actualmente, en el mundo occidental, estamos ingresando en una fase de «desclasificación cultural» (DiMaggio, 1987) en la que se deconstruyen jerarquías simbólicas establecidas mucho tiempo atrás. Si ese es el caso, no deberíamos seguir meramente a quienes se deleitan con la desaparición del canon y saludan la posibilidad de un desorden cultural que señale el fin de la adhesión a una cultura común en el sentido de la formación de valores, sino, antes bien, intentar comprender los procesos sociales y culturales que provocan esas oscilaciones.

## La tesis de la cultura común

El rápido incremento del interés en la cultura que se ha producido en la sociología, en otras ciencias sociales y en las humanidades a lo largo de la última década y que se ha manifestado en la creación de nuevos grupos de estudio, simposios, revistas y otras publicaciones remite a un movimiento que rebasa la cultura estrechamente concebida como «las artes» o como un conjunto más o menos estable, compartido y, por tanto, no problemático de normas, valores y creencias: el cemento que fija las relaciones sociales (Robertson, 1988). Sólo recientemente, pues, se ha hecho un intento serio de teorizar sistemáticamente las distintas dimensiones de la cultura y la relación entre esta y la sociedad.

Hace poco, Margaret Archer (1988, pág. 1) sostuvo que la conceptualización de la cultura «ha exhibido el más débil desarrollo entre los conceptos fundamentales de la sociología y ha desempeñado el papel más desatinadamente vaci-

lante en la teoría sociológica». Para Archer, el mito de la integración cultural, en particular, es una de las falacias más arraigadas en las ciencias sociales. Hace remontar los orígenes de este mito al historicismo y el romanticismo alemanes, que conciben la cultura como un conjunto de hebras apretadamente entretejidas que se enlazan en una unidad estética. Ello se recoge en términos tales como *Zeitgeist* y *Weltanschauung*, que subrayan la unidad epocal del espíritu de una era y una visión del mundo. Esa tradición ejerció particular influencia en la antropología, donde se atribuyó a la cultura el papel central en la integración y producción del orden social (véanse Archer, 1988; Schweder, 1984; Kuper, 1988). Tenemos aquí, una vez más, una percepción estética de la cultura que podemos desglosar en dos elementos. En primer lugar, la cultura se presenta como un todo perfectamente integrado en el que hay un orden interno equilibrado de las partes, que se relacionan armónicamente entre sí. En segundo lugar, se plantea el supuesto de que necesitamos una sensibilidad interpretativa particularmente dotada, la de la intuición artística, para captar su significado interno.

Este énfasis en la unidad estética también es evidente en el funcionalismo sociológico. Sorokin (1957, pág. 9), por ejemplo, insiste en que podemos descubrir la «integración lógico-significativa», el patrón de uniformidad que nos permite poner en relación el caos de los componentes individuales.[1] Esta posición se conoció como «tesis de la cultura común», y alcanza su exposición más influyente en la obra de Talcott Parsons (1951; 1961). Parsons subrayaba que había un conjunto coherente de valores centrales (el sistema cultural) que actuaban como elementos normativos pautados que garantizaban la integración y la interacción regulada. El supuesto de que, para inducir el consenso normativo que es vital para asegurar el orden social, es funcionalmente necesario un conjunto común de valores ha sido, por cierto, objeto de duras críticas.[2] Con todo, uno de los inconve-

[1] Hay que hacer constar que para Sorokin el tipo más frecuente es el que ostenta una falta empírica de integración con difundidas mezclas incoherentes.

[2] Véanse Lockwood, 1964; Dahrendorf, 1968; Gouldner, 1971; Giddens, 1984; Elias, 1971. Lo que algunos de estos críticos pasan por alto es la modificación de las concepciones de la cultura que Parsons emplea a través de los años. Para decirlo en pocas palabras, puede ser injusto para Parsons

nientes que muestran algunas de las críticas que se le dirigen a Parsons desde una perspectiva marxista es que se retiene la noción de cultura común o, para decirlo de manera más precisa, se la transforma en la noción de una ideología dominante, en la que el cambio clave consiste en que la cultura se usa hoy en forma manipuladora, como algo que un grupo de personas impone a otro (Archer, 1988, pág. 34). Ese es el argumento planteado por Abercrombie *et al.* (1980) en su libro *The Dominant Ideology Thesis*. En lo fundamental, estos autores afirman que las sociedades no se reproducen a través de una cultura común o una ideología dominante. Hallan pocas pruebas de la existencia de un sistema de valores compartidos o de una ideología dominante en tres estudios de casos: el feudalismo, el capitalismo temprano del siglo XIX y el capitalismo tardío del siglo XX.

De su obra pueden extraerse dos observaciones. Primero, los autores critican el modelo evolutivo que supone que las sociedades estaban más integradas en el pasado. En la época feudal, aun cuando la clase dominante pudo haber creído en la ideología dominante del cristianismo, las comunicaciones eran precarias, lo cual impedía la integración de las sociedades por unos Estados centrales. Había, además, grandes migraciones a lo largo de toda Europa (Le Goff, 1984). De ahí que en la cultura popular de los órdenes más bajos persistieran muchos elementos mágicos y supersticiosos precristianos (B. S. Turner, 1990; Ladurie, 1981; Ginzburg, 1980). El «mito de la alegre Inglaterra», lo mismo que el de las sociedades primitivas como *Gemeinschaften* integradas, donde una cultura común desempeñaba el papel decisivo en la formación de los vínculos comunitarios, iba a ser enterrado (véase también Laslett, 1965). El mito no sólo había ingresado en la teoría sociológica a través de una lectura errónea de *Gemeinschaft und Gesellschaft*, de Tönnies, sino que también había cobrado gran ímpetu a partir de Durkheim y, sobre todo, a partir de la lectura que Parsons hizo de él. Durkheim (1964) subrayaba que las primeras sociedades tenían una fuerte *conciencia colectiva* gracias a la religión, la cual, unida a su escasa diferenciación social, producía un

centrarse exclusivamente en la fase de *The Social System* (1951) y no tener en cuenta la noción de cultura como «código» que se halla en sus últimos escritos (véase Schmidt, 1988).

alto grado de integración moral y social. Las sociedades modernas, por su parte, exhibían un alto nivel de diferenciación social a través de una compleja división del trabajo y por eso la integración moral se tornó más problemática y exigió una base estructural social diferente. Pero cuando Parsons (1937) recogió las teorías de Durkheim en el abordaje de las sociedades modernas, quedó oscurecida la naturaleza problemática de la motorización de un consenso moral y un sentido cohesivo de lo sagrado, que preocupaban a aquel en sus últimos escritos (véase Archer, 1988, pág. 35). Nos encontramos, antes bien, con el supuesto de Parsons de que en las sociedades modernas hay valores comunes compartidos, en tanto que para Durkheim ese alto grado de integración sólo era característico de las sociedades premodernas.

La segunda observación puede derivarse también de Durkheim y nos lleva a la cuestión de la conservación de un consenso moral, de un sentido de *communitas*, a lo largo del tiempo. Si en una sociedad diferenciada compleja y con un alto grado de división del trabajo los valores comunes son difíciles de mantener, ¿es posible que pueda revivificárselos en determinadas ocasiones en las que se genera el sentimiento de que la sociedad se ha convertido en una comunidad nacional unificada? En sus últimos escritos, Durkheim sostenía que lo sagrado no desaparece en la sociedad moderna y que hay muchas instancias, al margen de las situaciones estrictamente religiosas, en las que se emplean símbolos y rituales sagrados para generar experiencias emocionales intensas que suprimen las distancias sociales entre las personas (véanse Alexander, 1988; Tiryakian, 1978). A fuerza de estar herméticamente separadas de la vida cotidiana, dichas ocasiones han sido caracterizadas como «momentos liminales» (V. W. Turner, 1969). Por eso Shils y Young (1953) escribieron el artículo «The Meaning of the Coronation», donde sostenían que la coronación era un acto de «comunión nacional» que integraba a todos, incluida la clase trabajadora, en el orden moral de la sociedad. Pocos sociólogos contemporáneos estarían de acuerdo con la posición de Shils y Young. Aun cuando pueda decirse que rituales cívicos tales como el Día de la Recordación,* una boda o un funeral rea-

* Domingo más cercano al 11 de noviembre, en que se conmemora a los británicos caídos en las dos guerras mundiales. (*N. del T.*)

les se esfuerzan por representar a la nación ante sí misma como una comunidad imaginada (Anderson, 1983; Cohen, 1985; Chaney, 1979; Thompson, 1986), el problema es el grado de comunalidad de los sentimientos originados. Rituales cívicos como las audiencias del caso Watergate en los Estados Unidos rara vez han logrado el objetivo buscado de reafirmación de la tradición nacional y unificación completa de la nación (Alexander, 1988), y es mejor verlos como parte de un proceso en el que intervienen emprendedores morales que intentan superar las divisiones y exclusiones sociales (Gusfield, 1963; Gusfield y Michalowicz, 1984). En vez de suponer que la integración cultural realmente puede lograrse, es preferible que consideremos el poder del mito que la ha alcanzado o puede alcanzarla.

En suma, esto remite al proceso de formación de la *communitas* y la lucha por crear y manipular símbolos sagrados. Por eso la tradición tiene que ser constantemente inventada y reinventada (Hobsbawm y Ranger, 1983) por especialistas en producción simbólica (intelectuales, artistas, académicos, intermediarios culturales), que están interesados en construir y deconstruir las representaciones de la comunidad. Esto es, quienes tienen interés en presentar una cultura común como algo que se ha dado en el pasado, o que se da hoy, o como un valor que deberíamos esforzarnos por lograr en el futuro.

## La creación de una cultura común

Han pasado más de treinta años desde la publicación del influyente *Culture and Society 1780-1950*, de Raymond Williams (1958), un libro que examina el desarrollo histórico de la idea de una cultura minoritaria restringida en Gran Bretaña, que se contrapone a la posibilidad de desarrollar una auténtica cultura común. Al considerar retrospectivamente la defensa que Williams hace del proyecto de «la buena cultura común», cabe notar que si bien liga la idea de esta al desarrollo de una democracia participativa, que sigue siendo una preocupación central, la expresión «cultura común» raramente aparece en sus escritos después de fines de

la década de 1960. En un comentario retrospectivo sobre el libro, Williams (1979) sitúa las cuestiones de una cultura común en el contexto de la época en que escribió la obra, y señala que debemos abordar las cuestiones de nuestra época, en la que acaso el debate en torno de la cultura común sea menos relevante. De hecho, Williams (1979, pág. 110) censura a Terry Eagleton (1968) por reproducir mecánicamente el argumento de *Culture and Society* alrededor de diez años después de su publicación.

La intención esencial de Williams era atacar lo que veía como una cultura dividida, una «incomunidad». Entiende que la discusión en torno de la cultura es importante «porque en todas partes, pero muy particularmente en Inglaterra, la cultura es una de las formas en que se manifiesta la clase, esto es, las grandes divisiones entre los hombres» (R. Williams, 1958, pág. 24). Se opone aquí con fuerza a las ideas de aquellos que veían que una cultura común sólo era posible a través de la intervención y la guía, desde arriba, de una elite cultivada y educada, ya fuese el «grupo letrado» (Coleridge, 1837-1974) o una minoría de «ajenos» (Arnold, 1869-1932). Williams (1989) halla un elitismo parecido en la defensa de una cultura común que hacen T. S. Eliot y F. R. Lewis. Ambos comparten la nostalgia por una sociedad «orgánica» del pasado en la que el arte y la vida común estaban mejor relacionados. Cada uno a su manera, los dos subrayan que una cultura consciente plenamente desarrollada sólo puede ser propiedad de una elite y que la mayoría de las personas son incapaces de compartir conscientemente la cultura minoritaria. Para Eliot (1948), lo más que podía lograr la minoría era que se participara en una versión destilada de la cultura de la elite. Esa «cultura común» y la capacidad de expresar y participar conscientemente en sus elementos centrales, su lengua y la religión comunes, son vistas de diferente manera por los distintos estratos sociales. Los intentos por extender a todos la cultura consciente y las creencias por medio de la educación sólo lograría diluir y destruir el significado de la cultura.

De acuerdo con Williams (1958), «el hombre corriente no quiere muchas de las cosas que los igualitaristas de las clases altas soñaron para él: sobre todo, los conocimientos». Para Williams, una cultura común no sólo debería abarcar la transmisión de valores más elevados, sino también el res-

peto y la receptividad hacia la cultura cotidiana de la gente común. Como él mismo (1989, pág. 35) señala:

«Al hablar, pues, de una cultura común, se decía, primero, que la cultura era todo el modo de vida de un pueblo, lo mismo que los aportes vitales e indispensables de personas especialmente dotadas e identificables, y se usaba la idea del elemento *común* de la cultura —su comunidad— como una manera de criticar la cultura fragmentada y dividida que en realidad tenemos».

El uso del término «comunidad» no sugiere, como Williams (1979, pág. 114 y sigs.) se esmera en subrayar, un regreso a la *Gemeinschaft*; antes bien, se lo elige como contraste con la cultura individualista dominante —o «incomunidad»— de las clases altas. El esfuerzo de Williams (1958, pág. 318 y sigs.) por definir una cultura común que haga lugar a la diferenciación social que es esencial en una sociedad compleja, pero tan capaz de aportar una idea de solidaridad como de «alcanzar la diversidad sin crear separación», recuerda a Durkheim.[3] No obstante, y paradójicamente, si bien Williams defiende el desarrollo de una cultura común, subraya que la cultura es esencialmente imposible de planificar. Aquí la idea de cultura se apoya en la metáfora de la propensión consciente del crecimiento natural. En este sentido, la cultura común es siempre un proceso no planificado y, por mucho que dependa de una democracia participativa y educada, lo que para Williams eran rasgos centrales del socialismo, estos son tan sólo elementos que enriquecen y preparan el terreno en el que puede florecer una cultura común.

Williams es igualmente crítico de la idea de que una cultura de masas subutópica o distópica es el resultado perverso de la errónea búsqueda de una cultura común, y se toma el trabajo de desentrañar la noción de *las masas* para quienes temen que las masas vulgares diluyan o absorban el valor atesorado o la alta cultura (Williams, 1958, pág. 287 y sigs.; 1976, pág. 158 y sigs.). En un sentido importante,

[3] Si bien es evidente que Williams, a diferencia de Durkheim, trabaja dentro de una tradición inglesa que Lepenies (1988, pág. 155 y sigs.) llama «sociología encubierta», caracterizada por la falta de sistematicidad teórica y una argumentación cambiante y, a veces, divagante.

«masas» remite a la multitud, y da a entender que el rasgo más evidente de las personas comunes es que son muchas. El término también conlleva el significado asociado del vulgo, el populacho y la chusma («*mob*», abreviatura de la expresión latina *mobile vulgus*): la inestable gente común del siglo XVIII. En este útimo sentido, la palabra «masas» llegó a identificarse con los órdenes inferiores industriales y urbanos y la clase trabajadora, la manada simple y baja que constituía una perpetua amenaza para la cultura. A menudo se apela a la tecnología y la comunicación de masas para sugerir que la sociedad se ha masificado y que se ha producido una cultura de masas homogénea y carente de gusto, una «poscultura» que destruyó los ideales de la cultura humanista de elite (Steiner, 1971). Este temor a la masa por su mero número y el efecto del mínimo común denominador se combinó a veces con un sentimiento de revulsión y repugnancia de parte de las clases media y alta, que el estrecho contacto con la clase trabajadora en los nuevos espacios urbanos y sistemas de transporte alentó en una situación de democratización y mezcla social crecientes, donde la distancia social era difícil de mantener (Wouters, 1979). En quienes se habían formado en el ideal de la persona civilizada o cultivada, la elite establecida, era particularmente grande el temor de caer, ser arrastrados y absorbidos por la masa vulgar de marginales y perder el autocontrol que habían ganado con una considerable inversión personal. En este sentido, la discriminación y el gusto de la persona cultivada que sentía como una afrenta el contacto con las masas y su cultura implicaban una aversión por estas que en parte era visceral o encarnaba una sensación de repugnancia.

Técnicamente, Williams (1958, pág. 289) tiene razón al afirmar: «Las masas son los demás. En realidad no hay masas; sólo hay formas de ver a las personas como tales». Pero puede decirse que es mucho más probable que la capacidad de aplicar esa etiqueta se dé desde arriba hacia abajo, por parte de grupos establecidos que han obtenido educación y valores culturales elevados, y que pueden considerar a los de afuera como otros indiferenciados cuya capacidad de responder o de ser escuchados en un pie de relativa igualdad es sumamente limitada, pese a lo cual se los percibe como una amenaza. La afirmación de Williams es, pues, más un mandato que la consignación de un hecho: algunos grupos esta-

ban dispuestos a ver a la gente común como masas para subrayar su inferioridad y vulgaridad en contraste con el gusto cultivado. El control de las emociones y la capacidad de desarrollar el gusto por las cosas buenas de la vida de manera moderada, distanciada —ya se trate de pinturas, libros, música, comidas o bebidas— es el producto de un proceso de educación vitalicio y hay que entenderlo como parte de un proceso civilizatorio de largo plazo más general, en el que los controles emocionales se desarrollan en las clases alta y media de manera más sistemática que en los órdenes más bajos (Elias, 1978*b*, 1982). Desde la perspectiva de quien ha sido educado en los gustos de la alta cultura y puede manejar distinciones finas, los gustos de la gente común suelen parecer demasiado simples y fáciles, demasiado estrechamente ligados a los placeres palpables y al deseo sensual de la animalidad (Bourdieu, 1984, pág. 32). El gusto puro, por tanto, que Kant (1790-1952) caracterizaba por el distanciamiento y el desinterés, se define por oposición al gusto vulgar, que es acomodaticio, fácil, infantil, simple, superficial y barato: fácilmente decodificable y culturalmente poco exigente (Bourdieu, 1984, pág. 486). El gusto puro conlleva un rechazo, una repugnancia ante el gozo y los placeres simples. La repugnancia puede relacionarse con el horror a lo vulgar de quienes tuvieron que alcanzar penosamente la disciplina y el respeto por los gustos culturales difíciles. El horror de esas personas se relaciona con el peligro de perder el control que entraña la entrega a la sensación, a la pérdida de distancia y reflexión. La repugnancia se relaciona con la reducción del gozo «a la animalidad, la corporeidad, el vientre y el sexo, vale decir, a lo que es lo común y, por tanto, vulgar, que suprime toda diferencia entre quienes se resisten con todas sus fuerzas y quienes se revuelcan en el placer, quienes gozan el goce» (Bourdieu, 1984, pág. 489). Por eso Bourdieu (1984, pág. 490) señala: «La antítesis entre cultura y placer corporal (o naturaleza) arraiga en la oposición entre la burguesía cultivada y el pueblo».

Lo que es interesante en las observaciones de Bourdieu (escritas a fines de la década de 1970 y en relación con la cultura francesa) es que esa «crítica vulgar de las críticas "puras" del gusto» está en estrecha consonancia con lo que prácticamente se ha convertido en la posición ortodoxa entre quienes estudian la cultura popular. Si el tema de la cul-

tura común en la forma en que lo plantea Williams está muerto, entonces la simpatía por críticos del desarrollo de la cultura de masas como Arnold, Ortega, Dwight McDonald o Adorno prácticamente se ha desvanecido. Tenemos, por tanto, un doble desplazamiento en el intento de teorizar la creación de una cultura común. El primero, el de Williams, exige menor elitismo, aboga por el respeto de la tradición no literaria de la gente corriente y el reconocimiento de la dignidad del trabajo y sostiene que los sindicatos y otros aspectos de la vida de la clase obrera son instituciones culturales de importancia para la formación de una cultura común basada en la democracia participativa. El segundo desplazamiento consiste en recuperar la desdeñada cultura de la gente común. Busca llegar a un igual reconocimiento del vulgo y hasta glorificarlo: los placeres populares y las transgresiones de la tradición carnavalesca de la gente corriente. Aquí no hay dignidad, ideales humanistas, cultivo, mejora, *Bildungsprozess*, dulzura o claridad, sólo el derecho igualitario a ser diferente, a la alteridad, a seguir siendo otro en sus propios términos iniciales. Pasamos ahora a una consideración de esta tendencia en el análisis de la cultura, que se manifiesta en el creciente interés por la cultura popular y el posmodernismo: la celebración de las culturas no comunes.

## La cultura popular y el giro al posmodernismo

La tradición popular de los carnavales, los festivales y las ferias era perturbadora para quienes deseaban educar a la gente común en mejores gustos, celebraba las inversiones y transgresiones simbólicas de la cultura oficial, así como la excitación, las emociones indóciles y los placeres corporales directos de la comida abundante, la bebida embriagadora y la promiscuidad sexual (Bajtin, 1968; Stallybrass y White, 1986). Desde ya, esas ocasiones carnavalescas en las que «el mundo se ponía cabeza abajo» eran momentos liminales muy aislados de «desorden ordenado», en contraste con la gris rutina de la vida cotidiana. De todos modos, representaban una tradición a la que hoy los comentaristas de la cultura popular le asignan cada vez más importancia. Esa tra-

dición carnavalesca, que puede rastrearse hasta la Edad Media, sufrió muchas transformaciones. Puede hallársela en los *music halls* del siglo XIX (Bailey, 1986*a*, 1986*b*) y en los paseos por la orilla del mar (Walvin, 1978) con las descaradas postales marinas y el humor de feria grueso y pícaro de comediantes de los restaurantes de la punta del muelle como Max Miller y Frank Randall. Hoy se nos pide que no miremos con desaprobación los placeres masivos de Blackpool, sino que sonriamos con conocimiento de causa ante el populacho que goza debidamente de sus placeres (Mercer, 1983; New Formations, 1983). Esa tradición se puede encontrar también en las desordenadas baratijas vulgares de la cultura popular obrera de mal gusto que describen libros como *Common Factors / Vulgar Factions*, de Nuttall y Carmichael (1977).

Desde ya, es erróneo estimar que esa cultura está completamente separada de las clases medias. Algunos elementos de lo carnavalesco se desplazaron hacia la literatura, cosa que nos parece particularmente notoria a partir de fines del siglo XVIII. La rebelión romántica contra el clasicismo hizo que naciese el interés por la particularidad y la diversidad de la cultura popular y primitiva de la gente común (Burke, 1978). De ahí que la cultura de los órdenes más bajos siguiera siendo una fuente de fascinación, y el simbolismo de esa tradición se abriera camino hacia la literatura gracias a escritores tales como Wordsworth, Rousseau y Herder. Otra rama de la tradición carnavalesca fue recogida por las bohemias y vanguardias artísticas y literarias que comenzaron a formarse en París y posteriormente en otras grandes ciudades después de la década de 1830 (Seigel, 1986). En realidad, puede decirse que la porción excluida de quienes, como Arnold, buscaban generar y utilizar lo que hoy llamamos alta cultura como parte de un proceso de civilización para producir personas educadas, aún seguía siendo fuente de fascinación para las clases medias. De ahí el atractivo que la «alteridad» del bosque, la feria, el teatro, el circo, los barrios bajos y el salvaje ejerció en las clases medias y sus incesantes representaciones y réplicas en la ficción, el cine y otros medios.

Esta es una importante tradición menor dentro de la formación de la cultura de la modernidad occidental, y representa una crítica directa de su universalismo global y sus

pretensiones civilizadoras. Desempeña un papel central en el rápido ascenso del interés por la cultura popular a partir de la década de 1970, que se manifiesta de muchas maneras, sobre todo en el espíritu igualitario relativista a que hemos aludido y el deseo de deshacer las jerarquías simbólicas establecidas hace tiempo en la educación superior, basadas en el canon de las grandes obras clásicas de la literatura y con exclusión de la cultura popular. Por ejemplo, un estudio acerca del Boston del siglo XIX hecho por DiMaggio (1982) muestra que a comienzos de ese siglo la música sinfónica (que ahora consideraríamos música «clásica») era ejecutada en las mismas funciones en que se tocaban canciones populares, había exposiciones de monstruos y se exhibían números de *music hall*. Recién en la década de 1870 los patrocinadores, personas instruidas de clase media, se las ingeniaron para separar el género al que deseaban asistir exclusivamente y conservarlo en lo que hoy consideraríamos como alta cultura. En su libro *Highbrow / Lowbrow: The Emergence of Cultural Hierarchy in America*, Lawrence Levine (1989) sostiene una tesis muy parecida, que refuerza con la anécdota personal de una conversación mantenida con un colega después de ver varios filmes de Buster Keaton. Levine dice: «"Sí" —admití—, "Keaton era un gran artista"». «Su colega se mostró algo confundido por un momento y después replicó con el agregado del adjetivo habitual: "Un gran artista popular"» (Levine, 1989, pág. 1). Puede recogerse otro ejemplo de la contratapa del libro de Craig McGregor (1984) *Pop Goes the Culture*, que dice (en un formato multicolor y de diversa tipografía que literalmente agrede la mirada):

«*Pop Goes the Culture* recorre el jazz, el rock, Australia, la vida suburbana y la igualdad. Su tema central es la creación de cultura popular. Para Craig McGregor, la Cultura no es algo que los embaladores transnacionales venden pulcramente a las "masas". Antes bien, la constituyen los trabajadores en sus experiencias cotidianas en el trabajo, en el juego y en sus comunidades. Los artículos que componen *Pop Goes the Culture* violan las normas de cortesía de la "alta" cultura. Craig McGregor, representante del "nuevo periodismo", aporta un compromiso populista radical a sus temas: el jazz de Harlem y Nueva Orleans, las "Villas Horri-

bles" de los suburbios de las ciudades australianas, el humor de Barry Humpries. Su compromiso es un tonificante antídoto contra el refinado desapego de nuestro *establishment* cultural».

Otro ejemplo de la creciente audiencia de la cultura popular, tanto dentro de los ámbitos académicos cuanto fuera de ellos, es la Asociación de Cultura Popular con sede en los Estados Unidos. La Asociación celebró su decimoctavo encuentro anual en Nueva Orleans en 1988 y a él asistieron más de ocho mil personas. Esto empujó a un hombre que hizo de la cultura popular su medio de vida, Ronald Reagan, a recurrir a los medios de comunicación nacionales para quejarse por el gasto de dinero. En las más de doscientas cincuenta páginas del programa se hallan artículos acerca de «El relato policial duro [*hard-boiled*]», «Básquet universitario», «La locura en la literatura y la poesía», «El trenzado del cabello: un ejemplo de cultura material», «Escribiendo la historia de la televisión», «Leyendas artúricas», «Mujeres en el ministerio», «Las lápidas como indicadores de las tendencias sociales», «Cocina cajún», «Andrew Lloyd Webber y el posmodernismo», «Cuán profunda es la ecología profunda», «El sexo en Rodgers y Hammerstein», y, en una sesión acerca de Psicología y Cultura, dos trabajos reunidos bajo los títulos de «Freud y Nietzsche: muerte, deseo y mitos del origen de la cultura» y «Jung en el corazón: Sinatra y su música, 1939-1954».* Son muchos los títulos engañosos y con juegos de palabras. Asombra la amplitud de la gama de temas: casi todo puede incluirse dentro de la cultura popular y relacionarse prácticamente con cualquier marco teórico. Si se examina la pertenencia institucional de los trabajos presentados, se halla una variedad muy amplia de personas, que proceden de departamentos de historia, estudios culturales, política, literatura, inglés, sociología, cultura popular, lenguas modernas, comercio, economía, geografía, antropología: en realidad, toda la gama de humanidades y ciencias sociales. Además de que parece imposible captar todo el espectro de temas y de orientaciones exhibidos, debemos enfrentar las implicaciones de este cambio, que también se es-

* *Jung at Heart* en el original. Se trata de un juego de palabras con la canción *Young at Heart*, dado que en la pronunciación norteamericana «Jung» y «young» son casi homófonos. (*N. del T.*)

tá produciendo en Gran Bretaña, en el resto de Europa y en otros países para la estructura de la educación superior.

En este contexto cabe citar la observación que Michael Schudson (1987) formula en su artículo «The New Validation of Popular Culture», en el sentido de que «el nuevo estudio de la cultura popular plantea hoy un serio desafío a la identidad de la universidad moderna». Tal afirmación parece insinuar varias cosas. En primer lugar, el estudio de la cultura popular estaba habitualmente excluido de la educación superior, o se le daba un lugar muy secundario en los cursos de historia. En el mejor de los casos, se lo consideraba de la misma manera en que durante mucho tiempo se ha considerado el folklore en Gran Bretaña: una cosa para el aficionado que tenía interés en ella, pero en realidad indigna de un estudio sistemático; por cierto, no se la veía como algo que desarrollase la mente. Su inclusión plantea cuestiones acerca de los principios de construcción de la educación superior en las humanidades y las ciencias sociales. Hace explícitas jerarquías implícitas. Pone en tela de juicio la tradición y los canones heredados.

En segundo lugar, representa un ataque a la noción de unidad ordenada y sistematicidad desde la perspectiva de la diversidad y el desorden. Para considerar dos ejemplos de este proceso, que conlleva la pérdida de espacio y la deconstrucción de las jerarquías simbólicas: el estudio de las canciones de Sinatra o el de las lápidas góticas tienen tanta gravitación como el de la Revolución Francesa o el de Tolstoi. El segundo ejemplo que se nos ocurre proviene de un artículo de Elizabeth Wilson (1985) en el que la autora sostiene que el tejido es una forma válida de arte cuya exclusión discrimina a las mujeres y que debería tener su lugar en los cursos y las exposiciones de bellas artes.

En tercer lugar, este espíritu igualitario y democrático no sólo implica que los educadores deben descentrar su empresa para reconocer una amplia diversidad de culturas y prácticas alternativas locales y regionales, sino que eso mismo podría lograrse tanto en términos de la diversidad del contenido enseñado cuanto en términos de una pluralidad de formas educativas que empleen medios diferentes.

En cuarto lugar, desde esta perspectiva, y dada su tendencia a globalizar la diversidad, se hace imposible una cultura común en términos de valores compartidos o como pro-

yecto a realizar. Aun la definición de una cultura común como una lengua compartida sólo puede conservarse en el plano más profundo de la civilización, cuando se intenta redescubrir y revivir tradiciones y variaciones locales y regionales: el murmullo de lenguas diferentes que han sido suprimidas.

En quinto lugar, en términos de contenido (y, en algunos casos, de la forma de presentación), dada la ausencia de una jerarquía cultural aceptada o de una noción evolutiva de la historia, el estudio de la cultura popular puede quedar bajo el influjo de «lo interesante», «lo actual» o «lo fascinante» y considerarse como algo parecido a la experiencia de ver televisión. El académico se convierte en un intérprete de lo exótico y lo trivial. El relativismo se convierte en el lema de una actitud de «todo vale» que, según uno de los principales antropólogos estadounidenses, Clifford Geertz (1983, pág. 275), implica que los antropólogos deben concebir que su papel es el de «mercaderes del asombro» (véase Friedman, 1987, pág. 43). Ingresamos aquí en el imaginario «museo sin paredes» de André Malraux (1967), donde pueden representarse todos los estilos, las tradiciones y las formas culturales del pasado (Roberts, 1988). Pero no en una secuencia evolutiva; el principio de organización pasa a ser, más bien, el montaje y el eclecticismo, donde lo más cercano se yuxtapone a lo más distante (véase también Bann, 1984).

Estamos ahora en el conocido territorio del posmodernismo. El término «posmodernismo» y el asociado a él, «posmodernidad», suelen ser empleados en una confusa serie de sentidos para sugerir: un movimiento en el campo de las artes y la arquitectura que ha trascendido el modernismo; una nueva época; una nueva gama de sensibilidades culturales que conlleva la eliminación de la frontera entre el arte y la vida cotidiana; un modo antifundacional de teorizar. Este último aspecto ha sido desarrollado por Lyotard (1984) en su influyente libro *The Postmodern Condition*. Lyotard sostiene que las grandes teorías fundacionales o, en su terminología, *metanarrativas*, de la modernidad occidental —la ciencia, el humanismo, el socialismo y el marxismo— son esencialmente defectuosas, porque no pueden fundar su autoridad en una pretensión de universalidad. Antes bien, según Lyotard, debemos aceptar la naturaleza limitada, restringida, del conocimiento. En realidad, debemos aceptar la

reducción de las pretensiones y tolerar la diversidad en el conocimiento local.

Las consecuencias de este cambio son particularmente notorias en lo que concierne al papel de los intelectuales. De acuerdo con Lyotard (1988), los intelectuales contemporáneos deben aceptar una definición más limitada de su vocación, no estar tan dispuestos a pronunciarse sobre la humanidad y reconocer la índole restringida de sus afirmaciones. Por eso se señala que uno de los rasgos fundamentales del posmodernismo puede relacionarse con la función cambiante del papel de los intelectuales. Estos han perdido en realidad su seguro papel de *legisladores* presuntos y potenciales de la sociedad y de la humanidad para asumir el rol más limitado de *intérpretes* que pueden explorar el vasto conjunto de las tradiciones culturales a fin de producir un material exótico y de interés para audiencias más amplias (Bauman, 1988). De educador seguro, que confía en su juicio del gusto y en la necesidad de modelar la sociedad de acuerdo con él, su papel ha pasado a ser el de comentarista que representa y decodifica las minucias de los objetos y las tradiciones culturales, sin juzgarlos ni jerarquizarlos. En realidad, la intención del intelectual puede dejar de estar guiada por una noción de objetividad, por la idea de que es posible y deseable una interpretación exacta (como en la hermenéutica de Dilthey), y procurar una inmersión en la experiencia de la cultura. En síntesis, algunos intelectuales pueden tratar de «volverse nativos».

La pérdida de confianza en los proyectos de la modernidad y la modernización occidentales que sugiere el interés en el posmodernismo no solamente se da entre los intelectuales occidentales, sino que se produce también en los países recientemente industrializados y en el Tercer Mundo. Aquí podemos hacer explícito el lazo entre el posmodernismo y la cultura popular que hemos señalado anteriormente, puesto que es evidente que el primero celebra la naturaleza multifacética y el desorden asombroso y sin jerarquías de las culturas populares. Al analizar la posición de los intelectuales en el Brasil, Osiel (1984, pág. 249) señala:

«El cambio producido en la sensibilidad intelectual desde la década de 1950 hasta el presente puede resumirse en líneas generales como el paso de una visión negativa a una visión

positiva de la cultura popular. Antes los intelectuales veían en las prácticas religiosas y recreativas de los pobres la antítesis misma de lo que querían para el futuro de su país. Los teólogos veían doctrina, desviación y paganismo. Los políticos liberales veían falta de lógica y sinrazón. Los marxistas veían alienación y falsa conciencia. Los especialistas en ciencias sociales veían particularismo y adscripción. Todos veían superstición».

Ahora los intelectuales brasileños hallan en la cultura del pobre espontaneidad, comunalidad y autenticidad, valores que no deberían sacrificarse en aras del universalismo falsamente señalado de la modernidad (occidental). Esta apreciación de la gente común y de lo que en el pasado se veía como su cultura vulgar, primitiva, supersticiosa y desordenada contrasta con la postura racional de ordenamiento mundial que hallamos en gran parte de la cultura intelectual. Collins (1988*a*, pág. 152) destaca que para Weber lo que movía a los intelectuales religiosos y a otros especialistas simbólicos era el impulso a la consistencia intelectual, en un esfuerzo por alcanzar una coherencia lógica y racional en los sistemas de creencia y comportamiento. En sustancia, les interesa presentar ante las audiencias legas una visión según la cual el mundo es coherente y racionalmente ordenado y ordenable. El concepto de una cultura común, en sus manifestaciones dentro de las ciencias sociales y los estudios culturales, puede entenderse de ese modo.

Es difícil responder a la cuestión más general de por qué habría que abandonar ese proyecto y adherir a la incoherencia y la diversidad de las culturas no comunes. En primer lugar, debemos cuidarnos de considerar el posmodernismo como una postura teórica completamente singular. A fines del siglo XVIII hubo una valoración parecida de la cultura de la gente común, cuando Herder y otros miembros del movimiento conocido después como romanticismo descubrieron la cultura popular (Burke, 1978). Tal vez sea posible entender estos giros hacia el descubrimiento de la cultura del vulgo y la identificación con ella en términos de los cambios en los equilibrios de poder y las interdependencias entre clases y fracciones de clases. En particular, la aparición de una gran cantidad de miembros educados de la clase media en la forma de una cohorte distintiva que tiene la su-

ficiente autoconciencia para considerarse como una «generación» puede amenazar los *establishments* culturales existentes. Grupos externos que se enfrentan con una situación de monopolio en la que el conocimiento, en la forma de una jerarquía simbólica y un canon estables, se transmite a los iniciados a través de un sistema de patrocinio y auspicio a cargo de un *establishment* fijo, pueden tener que adoptar tácticas usurpatorias. Cabe aducir que las fases de competencia intensa son transicionales entre fases más estables de exclusión y monopolización ordenadas (véase Murphy, 1989). Son muchas las razones que llevan a creer que así sucederá con la presente fase de desclasificación cultural, y que se volverá a una jerarquía simbólica y un canon más estables. Con todo, pueden mencionarse una serie de aspectos que sugieren que la fase actual de desclasificación cultural podría llegar a ser más prolongada.

En primer lugar, entre quienes se dedican a la producción cultural existe una tradición de desclasificación cultural. Si bien puede ser una tradición menor o secundaria dentro de la cultura de la modernidad occidental, hay una significativa línea de continuidad que une el romanticismo, las bohemias y las vanguardias artísticas, el modernismo y el posmodernismo, con su acento en la transgresión, lo popular y la búsqueda de la novedad y la innovación. Cada tanto, esta tradición contracultural ha cobrado mayor prominencia en la corriente dominante de la producción y el consumo culturales (por ejemplo, en la década de 1960).

En segundo lugar, el proceso de largo plazo de democratización funcional redundó en el estrechamiento del equilibrio de poder entre los grupos dominantes y los menos poderosos, al punto de que ya no es tan factible considerar que los grupos establecidos pueden monopolizar las definiciones de la cultura y de la conducta civilizada. La extensión de la educación superior a grupos marginales en el período de la posguerra, junto con el incremento del número de intermediarios culturales en los medios de comunicación masiva, hizo que a los grupos establecidos les resultara más difícil conservar un monopolio. De hecho, el nacionalismo y la tendencia a la centralización que acompañaron el proceso de formación del Estado, en el que se intentó eliminar las diferencias a fin de crear una cultura integradora unificada para la nación, cedieron el paso a la descentralización y el

reconocimiento de las diferencias locales, regionales y subculturales en el mundo occidental. Junto con este proceso se produjo la aparición de una mayor cantidad de intermediarios culturales marginales predispuestos a descubrir y hacer oír esas culturas populares y no comunes a través de una gama creciente de medios de comunicación masiva para una audiencia, también creciente, de personas interesadas en todo el espectro de temas culturales.

En tercer lugar, si se consideran las relaciones entre los Estados naciones y los bloques de poder en el nivel mundial, puede sostenerse que se está produciendo un alejamiento de Occidente. Como ya hemos señalado, pueden descubrirse dimensiones de ese proceso en la antropología, donde el «otro» replica y pone en tela de juicio la autoridad interpretativa del antropólogo, y en el rechazo por parte de los intelectuales del Tercer Mundo del compromiso con la modernidad y la modernización occidentales en favor de una recuperación de sus culturas y tradiciones populares. Ello insinúa una situación en que otras naciones se muestran capaces de oponer resistencia a las distintas etiquetas hipersimplificadoras que les han puesto las naciones occidentales, tales como «salvajes», «bárbaras», «nativas», «atrasadas», «exóticas», «coloridas», «simples», y gracias a un cambio de su poder relativo, fuerzan a Occidente a tomar conocimiento de sus formulaciones alternativas de la identidad cultural. Said (1978) ha destacado este proceso a propósito de la transferencia que Occidente hace de su propia «alteridad» reprimida en la construcción de un Oriente exótico.

## Conclusión

Ha de resultar claro, pues, que no podemos aspirar a comprender la noción de una cultura común sin formular la pregunta: «¿quién habla de ella?». Eso nos lleva al importante papel de los especialistas simbólicos en la formulación de la idea de una cultura común. Ese es en buena medida el caso de los sociólogos y los antropólogos que quieren persuadirnos de que hay una cultura común coherente «ahí afuera», en el mundo social, lo mismo que el de los teóricos y críticos literarios dedicados a crear una cultura común integrada que sea «genuina». Se ha dicho que en los últimos

años se han abandonado esas posturas y que el descubrimiento y la celebración de lo vulgar y lo popular —las culturas no comunes— deben ligarse a los cambios que han afectado la naturaleza de la producción intelectual y las relaciones entre los intelectuales y otros grupos. Por último, debemos señalar que una manera de definir la cultura común es decir que es una lengua común. Si bien quienes abogan por la cultura popular podrían aducir la amplia gama de lenguajes regionales, locales y subculturales y de formas vernáculas que los partidarios de una lengua común tienen que suprimir en el acto mismo de su formulación y su codificación, el concepto de lengua también puede referirse a un nivel cultural más profundo. En este sentido, cabe pensar en las figuras, los tropos y las formas recurrentes que pueden ser comunes a una lengua específica y en un momento determinado (Bann, 1984), y que sustentan la percepción particular que tenemos del orden o la ambigüedad inherente a la vida social (Levine, 1985). Es también manifiesto que esos rasgos formales profundamente codificados se hallan en la base de familias lingüísticas y de complejos de civilización. Por tanto, aludimos aquí a una noción de cultura común que no se sitúa en el nivel del *contenido* —la posesión de un conjunto integrado de creencias y de valores— sino más bien en el nivel de la forma: las posibilidades generativas formales subyacentes de un conjunto reconocible de variaciones. En tal contexto, podemos concluir con una referencia a Durkheim (1964), quien llamaba la atención acerca de los elementos no contractuales del contrato: el conjunto, inserto en la cultura y dado por sentado, de supuestos morales comunes que subyacen a las transacciones económicas. En este sentido es posible hablar del orden que subyace al conflicto, como, por ejemplo, en el caso de las huelgas en que ambas partes, aunque a menudo sostengan un duro enfrentamiento, lo llevan adelante de acuerdo con un conjunto de reglas fundamentales implícitamente reconocidas que son comunes pese a no haber sido nunca acordadas expresamente. Es quizá la articulación formal generativa del significado de una cultura común, en que la comunalidad conlleva la capacidad de reconocer las diferencias como legítimas y válidas, lo que constituye un hilo que une las concepciones de una cultura común desde Eliot y Williams hasta los actuales estudiosos de la cultura popular.

# 10. Observaciones finales: la globalización de la diversidad

*«Cada uno ve lo que está en su propio corazón».*

(Max Weber, 1949, pág. 107)

*«Vivimos hoy en medio de las ruinas de una civilización, pero la mayor parte de esas ruinas están en nuestra mente».*

(John Lukacs, *The Passing of the Modern Age*, citado en Kramer, 1982, pág. 36)

Una de nuestras inquietudes principales al centrar la atención en lo posmoderno ha sido la de formular estas preguntas: «¿por qué esa cuestión?» y «¿por qué y cómo ha llegado el posmodernismo a ser un tema central de la vida cultural de hoy?». Si el posmodernismo es, desde el punto de vista del modernismo, signo y síntoma de un desorden cultural, entonces el modernismo, junto con la modernidad —término asociado a él y cada vez más popular—, es, desde el punto de vista del posmodernismo, una constante que pone en primer plano imágenes de orden, unidad y coherencia. Los dos términos se alimentan recíprocamente y a menudo parecen impulsados por una lógica binaria de oposición que agudiza la diferenciación a medida que el proceso de conceptualización se desenvuelve anticipándose a las realidades sociales y culturales. Se ha sostenido que muchos de los rasgos característicos enumerados bajo el título de «posmodernismo» pueden encontrarse en lo moderno y hasta en lo premoderno. Como ejemplos de ello se han analizado la estetización de la vida cotidiana, la tendencia a una cultura figural de imágenes cambiantes, y el descontrol controlado o lúdico de las emociones. Si es así, ¿hasta qué punto puede decirse que lo etiquetado como «lo posmoderno» ha existido

siempre y que sólo ahora le atribuimos significación? Y si ese es el caso, ¿en qué medida podemos intentar entender el proceso social que condujo a que ese marco conceptual particular: 1) fuese adoptado en determinadas prácticas institucionales y por parte de determinados conjuntos de especialistas culturales, y 2) proliferara y fuese aceptado por audiencias y públicos determinados?

Investigar ese proceso no es caer en la trivialidad de decir que el posmodernismo es una construcción social o una deliberada y consciente operación de poder en la economía del prestigio de especialistas culturales o intermediarios y empresarios culturales de las clases medias. Tales interpretaciones encierran el riesgo de reducir el posmodernismo a una acción estratégica y pasan por alto el hecho de que proporciona y actúa como un medio de orientación de importancia para determinados especialistas culturales (artistas, intelectuales, académicos) y sus diversas audiencias. Centrarse en el posmodernismo como medio de orientación equivale a destacar su lugar en los procesos que forman y deforman la esfera cultural y dan origen a órdenes de vida artísticos e intelectuales distintivos. Esos órdenes de vida abarcan subcorrientes y subculturas sostenidas durante mucho tiempo que han dado muestras de su fascinación ante lo popular, lo carnavalesco, lo salvaje, lo silvestre, lo no domesticado, la parte que el impulso de los procesos de civilización hacia el establecimiento de un orden ha procurado contener y excluir tanto en el nivel social cuanto en el nivel individual. Los impulsos populistas y democráticos, la fascinación ante «el otro», la tolerancia de los placeres populares, el interés en las experiencias intensas e inconexas cargadas de afecto que se asocian al posmodernismo, pueden situarse dentro de esa tradición. Las referencias asociadas al «fin de lo social», el «fin de la normatividad», el «fin de los intelectuales», el «fin de la vanguardia» y el *pathos* general de «fin del milenio» que suelen vincularse con el posmodernismo pueden, por tanto, no ser indicios del abandono de todos los marcos antiguos sino, más bien, del desarrollo de modalidades de clasificación más flexibles. Un nuevo marco que implica una estructura generativa más flexible donde puede reconocerse y tolerarse un espectro más amplio de diferencias. Esto puede ocurrir sin la anterior rígida reacción de exclusión y represión de lo que se percibe como encuentros

embarazosos o autoamenazantes emocionalmente abrumadores.

Este énfasis en el desarrollo de un *habitus* más flexible entre los especialistas e intermediarios culturales y las audiencias puede ser puesto en relación con la discusión del problema de una cultura común desarrollada en el capítulo titulado «¿Cultura común o culturas no comunes?». En ese contexto, se mencionaron la idea de Durkheim de la base no contractual del contrato y el consenso cultural subyacente dentro del cual se desenvuelven las huelgas y los conflictos industriales como ilustraciones de la idea de una estructura generativa flexible y dada por supuesta, que permite que las diferencias existan, y esto se tomó como modelo de una cultura común. Durkheim también empleaba ese marco teórico en su argumentación sobre la religión de la humanidad. Para Durkheim, a medida que las sociedades se volvieron más complejas, la diferenciación social y cultural se incrementó al punto de que lo único que los individuos fueron capaces de conservar en común fue su humanidad (Lukes, 1973, pág. 338 y sigs.). De hecho, la «idea de la persona humana» se convirtió en un símbolo poderoso, uno de los pocos ejemplos de lo sagrado con capacidad de convocatoria universal en el mundo moderno. Esta conceptualización de la unidad a través de la diversidad, o de una unidad que permite las diferencias, se vuelve en la actualidad más aceptable como parte de algunos de los cambios que han dado lugar al posmodernismo, o se asocian con él, y que socavan el proyecto de integración cultural del Estado nación. Al mismo tiempo hallamos, como aspectos importantes de este proceso, la incorporación de los Estados a unidades más amplias y los efectos transformadores de los flujos económicos y culturales globales. Ambas cosas apuntan a unidades más amplias y por fuerza más abstractas: la unidad en la que puede darse la diversidad. Ejemplo de lo primero son los esfuerzos actuales por crear una identidad europea, propiciados por la Comunidad Europea (véase Schlesinger, 1987), de forma tal que sean posibles la variación y la unidad culturales a través de la diversidad. Con todo, hablar en abstracto de una cultura europea común es problemático; mucho más provechoso es, en cambio, observar secuencias y prácticas específicas y remitirse a ellas. En este sentido, es instructivo advertir que los actuales esfuerzos por crear pa-

ra Europa una «comunidad imaginada» y generar símbolos unificadores que diferencien a los europeos de los demás se sustentan en áreas de conflicto cultural. La mayor europeización de los servicios de la televisión se constituye en uno de esos llamamientos a la unificación con referencia a la presunta amenaza planteada por los Estados Unidos (Schlesinger, 1987). Para saber quiénes somos, es preciso saber quiénes no somos: el conflicto potencial con cuerpos exteriores da lugar a la construcción del otro como amenazador antes que como fascinante y exótico, e incrementa la capacidad de descubrir rasgos autoidentificatorios.

La tarea de los especialistas culturales que construyen las «comunidades imaginadas» (Anderson, 1983) y vigilan las fronteras de una cultura común es mucho más fácil si existe una *etnia* común. La noción de *etnia*, el conjunto de símbolos, mitos, recuerdos, héroes, acontecimientos, paisajes y tradiciones entretejidos en la conciencia popular (Smith, 1990), forma la base de una cultura común. Pero si bien los intelectuales fueron capaces de movilizar las distintas *etnias* como parte de los procesos de formación de los Estados en la Europa de fines del siglo XVIII y contribuyeron a crear las culturas nacionales, el caso paralelo del emergente superestado europeo y su posible cultura supranacional es, ni falta hace decirlo, más problemático. El peligro de la retórica del modernismo (en el sentido de la modernidad) es suponer que todas las culturas pueden reconstruirse, y que bajo el ímpetu del capitalismo o de los procesos de formación de los Estados «todo lo sólido se desvanece en el aire». A medida que nos acercamos al final del siglo XX, descubrimos que la *etnia* tiene una resistencia mucho más grande que la que muchos comentaristas y políticos jamás imaginaron. Pero si como marco de referencia tomamos, en lugar del Estado supranacional, el transnacional o el global, el nivel «más alto» posible de síntesis, podemos discutir muchos problemas que arrojan luz no sólo sobre los temas de una cultura común y la unidad en la diversidad, sino también sobre el surgimiento del posmodernismo, que fue nuestro punto de partida.

En todo momento argumenté en contra de quienes pretenden que en el nivel global la tendencia es favorable a la integración y la homogeneización culturales: por ejemplo, las nociones de capitalismo multinacional, norteamericani-

zación, imperialismo de los medios de comunicación y cultura de consumo, que suponen que a través de esas fuerzas universales se desvanecen las diferencias locales. Sin embargo, si aceptamos que siempre habrá interpretaciones erróneas, ambigüedades y resistencia de las *etnias* y las tradiciones populares a esas fuerzas, ¿significa ello que debemos abandonar por completo el concepto de cultura global? Los crecientes flujos internacionales de dinero, bienes, personas, imágenes e información dieron origen a «terceras culturas», que son transnacionales y median entre las culturas nacionales; ejemplos de ello son los mercados financieros globales, el derecho internacional y diversos organismos e instituciones internacionales (Gessner y Schade, 1990) que apuntan a un nivel que supera los intercambios entre Estados. Pero también podemos hablar de cultura global en otro sentido: el proceso de compresión global por el que el mundo se une a tal extremo que se lo ve como un solo lugar (Robertson, 1990). El proceso de globalización lleva de este modo a la aceptación de la idea de que el mundo es un lugar único, que opera como una forma capaz de generar y sostener diversas imágenes de lo que el planeta es o debería ser. Desde esta perspectiva, la cultura global no apunta a la homogeneidad o a una cultura común, sino que puede decirse, antes bien, que la sensación más general de que todos compartimos el mismo pequeño planeta y participamos diariamente en una gama creciente de contactos culturales con los demás podría ampliar el espectro de definiciones antagónicas del mundo con que nos topamos. Tal reunión de culturas nacionales rivales, inmersas en disputas por el prestigio cultural global, es una de las posibilidades de una cultura global.

La otra posibilidad se liga al posmodernismo. Se ha sostenido que una de las metas fundamentales del Estado desde su formación ha sido la de producir una cultura común en la que las diferencias locales se homogeneizaran y los extranjeros que estaban dentro de las fronteras estatales se asimilasen (Bauman, 1990). El abandono de esas cruzadas culturales llevadas adelante por el Estado y el de los proyectos de asimilación nacionalista que fueron fundamentales para la modernidad son un síntoma del pasaje a la posmodernidad. Ello ofrece la perspectiva de una mayor posibilidad para la tolerancia a medida que ingresamos en una era

en que las fronteras nacionales y culturales se vuelven a trazar y se cruzan con más facilidad. Esta segunda posibilidad sugiere que el posmodernismo plantea la perspectiva de una unidad a través de la diversidad que podría llevar a la realización del sueño de una ecúmene secular, que se fundaba en alguna noción de la humanidad, como la que consideramos en relación con Durkheim. Habría que agregar que la única forma (al margen de la aparición de un Estado mundial) en que podemos imaginar la generación de una homogeneidad y una identidad culturales globales sería en términos de alguna amenaza planetaria. Hasta ahora, esta posibilidad cultural sólo puede hallarse en las páginas de los libros de ciencia ficción.

Sea cual fuere la posibilidad histórica que se realice —una de estas dos u otra—, puede decirse que el movimiento en una y otra dirección o las oscilaciones entre ambas no pueden sino contribuir a destacar el perfil general de la cultura y poner las cuestiones culturales en primer plano. Los encuentros interculturales tienden a problematizar los hábitos y disposiciones culturales cotidianos que se dan por sentados y que han sedimentado en la vida social. En el nivel global el posmodernismo no solamente significa un renacimiento del interés neorromántico en el otro exótico, sino el hecho de que ahora el otro replica y pone en tela de juicio las pretensiones de los que antaño eran los presuntos centros culturales universales del mundo y hoy son vistos cada vez más como meros centros del limitado proyecto occidental de modernidad. Urgidos por el ascenso de Japón, recién ahora empezamos a pensar en lo que podría conllevar la traducción de nuestra cultura a los esquemas clasificatorios y las jerarquías simbólicas de un bloque civilizatorio no occidental potencialmente dominante del mundo, con un proyecto cultural global propio y seguro de sí mismo. Esto sugiere que, en último análisis, si hemos de conceptualizar los problemas de la globalización de la diversidad cultural y el posmodernismo, es vital que consideremos los cambiantes equilibrios de poder e interdependencias que existen entre los Estados naciones y los bloques de civilizaciones que los unen cada vez más en el orden global emergente.

# Referencias bibliográficas


Abercrombie, N., Hill, S. y Turner, B. S. (1980) *The Dominant Ideology Thesis*, Londres: Allen & Unwin.

Abrams, P. y McCulloch, A. (1975) *Communes, Sociology and Society*, Cambridge: Cambridge University Press.

Adorno, T. (1967) «Veblen's Attack on Culture», *Prisms*, trad. S. y S. Weber, Londres: Spearman.

Alexander, J. C. (1988) «Culture and Political Crisis: Watergate and Durkheimian Sociology», en J. C. Alexander, ed., *Durkheimian Sociology: Cultural Studies*, Cambridge: Cambridge University Press.

Allen, J. S. (1983) *The Romance of Commerce and Culture*, Chicago: Chicago University Press.

Anderson, B. (1983) *Imagined Communities*, Londres: New Left Books.

Anderson, P. (1987) «The Figures of Descent», *New Left Review*, 161.

Andre, L. (1984) «The Politics of Postmodern Photography», *Minnesota Review*, 23.

Appadurai, A. (1986) «Introduction», en A. Appadurai, ed., *The Social Life of Things*, Cambridge: Cambridge University Press.

Arac, J. (1986) *Postmodernism and Politics*, Minneápolis: Minnesota University Press.

Archer, M. S. (1988) *Culture and Agency*, Cambridge: Cambridge University Press.

Arnold, M. (1869-1932) *Culture and Anarchy*, Cambridge: Cambridge University Press.

Bailey, P. (1978) *Leisure and Class in Victorian England*, Londres: Routledge & Kegan Paul.

(1986*a*) *Music Hall: The Business of Pleasure*, Milton Keynes: Open University Press.

(1986*b*) «Champagne Charlie», en J. S. Bratton, ed., *Music Hall: Performance and Style*, Milton Keynes: Open University Press.

Bajtin, M. M. (1968) *Rabelais and his World*, Cambridge, Mass.: MIT Press.

Bann, S. (1984) *The Clothing of Clio: A Study of Representations of History in Nineteenth Century Britain and France*, Cambridge: Cambridge University Press.

Barbalet, J. (1986) «Limitations of Class Theory and the Disappearance of Status: The Problem of the New Middle Class», *Sociology*, 20(4).

Bataille, G. (1988) *The Accursed Share*, vol. I, Nueva York: Zone Books.

Baudelaire, C. (1964) *The Painter of Modern Life and Other Essays*, Oxford: Phaidon Press.

Baudrillard, J. (1970) *La société de consommation*, París: Gallimard.

(1975) *The Mirror of Production*, St. Louis: Telos Press.

(1981) *For a Critique of the Political Economy of the Sign*, St. Louis: Telos Press.

(1982) «The Beaubourg Effect: Implosion and Deterrence», *October 20*.

(1983*a*) *Simulations*, Nueva York: Semiotext(e).

(1983*b*) *In the Shadow of the Silent Majorities*, Nueva York: Semiotext(e).

Bauman, Z. (1985) «On the Origins of Civilization», *Theory, Culture & Society*, 2(3).

(1988) «Is there a Postmodern Sociology?», *Theory, Culture & Society*, 5(2-3).

(1990) «Modernity and Ambivalence», *Theory, Culture & Society*, 7(2-3).

Bayley, S. (1979) *In Good Shape*, Londres.

Beckford, J. (1985) «The Insulation and Isolation of the Sociology of Religion», *Sociological Analysis*, 46(4).

Bell, D. (1976) *The Cultural Contradictions of Capitalism*, Londres: Heinemann.

(1980) «Beyond Modernism, Beyond Self», en *Sociological Journeys*, Londres: Heinemann.

Bellah, R., Madsen, R., Sullivan, W. M., Swidler, A. y Tipton, S. (1985) *Habits of the Heart*, Berkeley: University of California Press.

Bendix, R. (1959) *Max Weber: An Intellectual Portrait*, Londres: Methuen.

(1970) «Culture, Social Structure and Change», en *Embattled Reason: Essays on Social Knowledge*, Nueva York: Oxford University Press.

Benjamin, W. (1973) *Charles Baudelaire: A Lyric Poet in the Era of High Capitalism*, Londres: New Left Books.

(1979) «Berlin Chronicle», en *One Way Street and Other Writings*, Londres: New Left Books.
(1982*a*) «On Some Motifs in Baudelaire», en *Illuminations*, Londres: Cape.
(1982*b*) *Das Passagen-Werk*, 2 vols., editado por R. Tiedermann, Francfort: Suhrkamp.
Bennett, T. (1988) «The Exhibitionary Complex», *New Formations*, 4.
Bennett, T. *et al.* (1977) *The Study of Culture I*, Milton Keynes: Open University Press.
Bennett, T., Martin, G., Mercer, C. y Woollacott, T. (eds.) (1981) *Culture, Ideology and Social Process*, Londres: Batsford.
Bennett, T. *et al.* (1983) *Formations of Pleasure*, Londres: Routledge & Kegan Paul.
Berger, P. (1969) *The Social Reality of Religion*, Londres: Faber.
Berman, M. (1982) *All that is Solid Melts into Air*, Nueva York: Simon and Schuster.
Bernstein, R. J. (ed.) (1985) *Habermas and Modernity*, Oxford: Polity Press.
Bourdieu, P. (1971) «Intellectual Field and Creative Project», en M. Young, ed., *Knowledge and Control*, Londres: Collier-Macmillan.
(1977) *Outline of a Theory of Practice*, trad. Richard Nice, Cambridge: Cambridge University Press.
(1979) «The Production of Belief: Contribution to an Economy of Symbolic Goods», *Media, Culture and Society*, 2.
(1983*a*) «The Field of Cultural Production», *Poetics*, 12.
(1983*b*) «The Philosophical Institution», en A. Montefiore, ed., *Philosophy in France Today*, Cambridge: Cambridge University Press.
(1984) *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, trad. R. Nice, Londres: Routledge & Kegan Paul.
(1986) «Interview», *Theory, Culture & Society*, 3(3).
(1987) «The Forms of Capital», en J. G. Richardson, ed., *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Nueva York: Greenwood Press.
Bourdieu, P., Boltanski, L., Castel, R. y Chamboredon, J. C. (1965) *Un Art moyen*, París: Minuit.
Bourdieu, P. y Passeron, J. C. (1990) *Reproduction in Education, Society and Culture*, 2ª ed., Londres: Sage (1ª ed., 1977).
Boyer, M. C. (1988) «The Return of Aesthetics to City Planning», *Society*, 25(4).
Bradbury, M. (1983) «Modernisms/Postmodernisms», en I. Hassan y S. Hassan, eds., *Innovation / Renovation*, Madison: Wisconsin University Press.

Bradbury, M. y McFarlane, J. (eds.) (1976) *Modernism 1890-1930*, Harmondsworth: Penguin.
Bruce-Briggs, B. (ed.) (1979) *The New Class*, Nueva York: McGraw-Hill.
Buck-Morss, S. (1983) «Benjamin's *Passagen-Werk*», *New German Critique*, 29.
(1986) «The *Flâneur*, the Sandwichman and the Whore: The Politics of Loitering», *New German Critique*, 39.
Bürger, P. (1984) *Theory of the Avant-Garde*, Manchester: Manchester University Press.
Burglin, V. (1985-1986) «Some Thoughts on Outsiderism and Postmodernism», *Block*, 11.
Burke, P. (1978) *Popular Culture in Early Modern Europe*, Londres: Temple Smith.
Burnett, J. y Bush, A. (1986) «Profiling the Yuppie», *Journal of Advertising Research*, abril.
Burris, V. (1986) «The Discovery of the New Middle Class», *Theory and Society*, 15.

Calefato, P. (1988) «Fashion, the Passage, the Body», *Cultural Studies*, 2(2).
Campbell, C. (1987) *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, Oxford: Basil Blackwell.
Carter, R. (1985) *Capitalism, Class Conflict and the New Middle Class*, Londres: Routledge & Kegan Paul.
Clark, T. J. (1985) *The Painting of Modern Life*, Londres: Thames & Hudson.
Cohen, A. P. (1985) *The Symbolic Construction of Community*, Londres: Tavistock.
Cohen, I. (1986) «The Status of Structuration Theory: A Reply to McLennan», *Theory, Culture & Society*, 3(1).
(1987) «Structuration Theory and Social Praxis», en A. Giddens y J. Turner, eds., *Social Theory Today*, Oxford: Polity Press.
Coleridge, S. T. (1837-1974) *One the Constitution of Church and State*, Londres: Dent.
Collins, R. (1988*a*) «Review of Lash and Whimster, eds., *Max Weber, Rationality and Modernity*», *Theory, Culture & Society*, 5(1).
(1988*b*) «The Durkheimian Tradition in Conflict Sociology», en J. C. Alexander, ed., *Durkheimian Sociology: Cultural Studies*, Cambridge: Cambridge University Press.
Cooke, P. (1988) «Modernity, Postmodernity and the City», *Theory, Culture & Society*, 5(2-3).
Cooke, P. y Onufrijchuk, I. (1987) «Space the Final Frontier. . .», trabajo inédito.

Corrigan, P. y Sayer, D. (1985) *The Great Arch: English State Formation as Cultural Revolution*, Oxford: Basil Blackwell.
Cowley, M. (1951) *Exiles Return*, Nueva York: Viking.
Crane, D. (1987) *The Transformation of the Avant-Garde*, Chicago: Chicago University Press.
Crary, J. (1984) «The Eclipse of the Spectacle», en B. Wallis, ed., *Art after Modernism*, Nueva York: New Museum Press.

Chambers, I. (1986) *Popular Culture: The Metropolitan Experience*, Londres: Methuen.
(1987) «Maps for the Metropolis: A Possible Guide to the Postmodern», *Cultural Studies*, 1(1).
Chaney, D. (1979) *Fictions and Ceremonies*, Londres: Arnold.
(1983) «The Department Store as a Cultural Form», *Theory, Culture & Society*, 1(3).
(1990) «Dystopia in Gateshead: The Metrocentre as a Cultural Form», *Theory, Culture & Society*, 7(4).
Chen, K. H. (1987) «Baudrillard's Implosive Postmodernism», *Theory, Culture & Society*, 4(1).

Dahrendorf, R. (1968) «Out of Utopia», en *Essays in the Theory of Society*, Londres: Routledge & Kegan Paul.
Davis, M. (1985) «Urban Renaissance and Spatial Postmodernism», *New Left Review*, 151.
Dayan, D. y Katz, E. (1988) «Articulating Consensus: The Ritual and Rhetoric of Media Events», en J. C. Alexander, ed., *Durkheimian Sociology: Cultural Studies*, Cambridge: Cambridge University Press.
Del Sapio, M. (1988) «The Question is Whether you make Words Mean so many Different Things: Notes on Art and Metropolitan Languages», *Cultural Studies*, 2(2).
Denzin, N. (1984) *On Understanding Emotion*, San Francisco: Jossey-Bass.
De Swaan, A. (1981) «The Politics of Agoraphobia», *Theory and Society*, 10(3).
DiMaggio, P. (1982) «Culture Entrepreneurship in 19th Century Boston», Partes I y II, *Media, Culture and Society*, 4.
(1986) «Can Culture Survive the Marketplace?», en *Non-Profit Enterprise in the Arts*, Oxford: Oxford University Press.
(1987) «Classification in Art», *American Sociological Review*, 52(4).
DiMaggio, P. y Useem, M. (1978) «Cultural Property and Public Policy», *Social Research*, 45(2).
Doherty, T. (1987) «Theory, Enlightenment and Violence: Postmodern Hermeneutics as a Comedy of Errors», *Textual Practice*, 1(2).

Douglas, M. (1982) «The Effects of Modernization on Religious Change», *Daedalus*, 111(1).
Douglas, M. e Isherwood, B. (1980) *The World of Goods*, Harmondsworth: Penguin.
During, S. (1987) «Postmodernism or Post-colonialism Today», *Textual Practice*, 1(1).
Durkheim, E. (1964) *The Division of Labour in Society*, Nueva York: Free Press.
(1974) «Value Judgements and Judgements of Reality», en *Sociology and Philosophy*, Nueva York: Free Press.

Eagleton, T. (1968) «The Idea of a Common Culture», en T. Eagleton y B. Wicher, eds., *From Culture to Revolution*, Londres.
Easton, S., Hawkins, A., Laing, S. y Walker, H. (1988) *Disorder and Discipline: Popular Culture from 1550 to the Present*, Londres: Temple Smith.
Elias, N. (1971) «Sociology of Knowledge: New Perspectives, Part I», *Sociology*, 5.
(1972) «Theory of Science and History of Science», *Economy and Society*, 1(2).
(1978*a*) *What is Sociology?*, Londres: Hutchinson.
(1978*b*) *The Civilizing Process*, vol. I: *The History of Manners*, Oxford: Basil Blackwell.
(1982) *The Civilizing Process*, vol. II: *State Formation and Civilization*, Oxford: Basil Blackwell.
(1983) *The Court Society*, Oxford: Basil Blackwell.
(1984*a*) «On the Sociogenesis of Sociology», *Sociologisch Tijdschrift*, 11(1).
(1984*b*) «Knowledge and Power: An Interview by Peter Ludes», en N. Stehr y V. Meja, eds., *Society and Knowledge*, New Brunswick: Transaction Books.
(1987*a*) «The Changing Balance of Power between the Sexes», *Theory, Culture & Society*, 4(2-3).
(1987*b*) «The Retreat of Sociologists into the Present», *Theory, Culture & Society*, 4(2-3).
(1987*c*) *Involvement and Detachment*, Oxford: Basil Blackwell.
(1987*d*) «On Human Beings and their Emotions», *Theory, Culture & Society*, 4(2-3).
Elias, N. y Scotson, J. (1965) *The Established and the Outsiders*, Londres: Cass.
Eliot, T. S. (1948) *Notes towards the Definition of Culture*, Londres: Faber.
Elwert, G. (1984) «Markets, Venality and Moral Economy», mimeo; conferencia sobre Civilizations and Theories of Civilizing Processes: Comparative Perspective, University of Bielefeld.

Ewen, S. (1976) *Captains of Consciousness: Advertising and the Social Roots of the Consumer Culture*, Nueva York: McGraw-Hill.
(1988) *All Consuming Images*, Nueva York: Basic Books.
Ewen, S. y Ewen, E. (1982) *Channels of Desire*, Nueva York: McGraw-Hill.

Featherstone, M. (1982) «The Body in Consumer Culture», *Theory, Culture & Society*, 1(2).
(1983) «Consumer Culture: An Introduction», *Theory, Culture & Society*, 1(3).
(1986) «French Social Theory: An Introduction», *Theory, Culture & Society*, 3(3).
(1987*a*) «Consumer Culture, Symbolic Power and Universalism», en G. Stauth y S. Zubaida, eds., *Mass Culture, Popular Culture and Lifeworlds in the Middle East*, Francfort: Campus Verlag.
(1987*b*) «Leisure, Symbolic Power and the Life Course», en D. Jary, D. Horne y A. Tomlinson, eds., *Sport, Leisure and Social Relations*, Londres: Routledge.
(1988) «Cultural Production, Consumption and the Development of the Cultural Sphere», trabajo presentado ante la Third German-American Sociological Theory Group Conference, Bremen.
Featherstone, M. y Hepworth, M. (1982) «Ageing and Inequality: Consumer Culture and the New Middle Age», en D. Robbins *et al.*, eds., *Rethinking Social Inequality*, Aldershot: Gower.
(1983) «The Midlifestyle of George and Lynne», *Theory, Culture & Society*, 1(3).
Feifer, M. (1985) *Going Places*, Londres: Macmillan.
Fenn, R. K. (1982) «The Sociology of Religion: A Critical Survey», en T. Bottomore, S. Nowak y M. Sokolowska, eds., *Sociology: The State of the Art*, Londres.
Fisher, M., Bianchini, F., Montgomery, J. y Warpole, K. (1987) *Cities and City Cultures*, Birmingham: Birmingham Film and Television Festival.
Fiske, J. y Hartley, J. (1978) *Reading Television*, Londres: Methuen.
Forty, A. (1986) *Objects of Desire*, Londres: Thames and Hudson.
Foster, H. (ed.) (1984) *Postmodern Culture*, Londres: Pluto Press.
Foucault, M. (1977) *Discipline and Punish*, Harmondsworth: Penguin.
(1986) «What is Enlightenment?», en P. Rabinow, ed., *The Foucault Reader*, Harmondsworth: Penguin.
Friedman, J. (1987) «Prolegomena to the Adventures of Phallus in

Blunderland: An Anti-Anti Discourse», *Culture and History*, 1(1).
(1988) «Cultural Logics of the Global System», *Theory, Culture & Society*, 5(2-3).
Frisby, D. (1981) *Sociological Impressionism: A Reassessment of Georg Simmel's Social Theory*, Londres: Heinemann.
(1985*a*) «Georg Simmel, First Sociologist of Modernity», *Theory, Culture & Society*, 2(3).
(1985*b*) *Fragments of Modernity*, Oxford: Polity Press.
Frith, S. y Horne, H. (1987) *Art into Pop*, Londres: Methuen.

Garnham, N. (1987) «Concepts of Culture, Public Policy and the Culture Industries», *Cultural Studies*, 1(1).
Geertz, C. (1983) *Local Knowledge*, Nueva York: Basic Books.
Geist, H. (1983) *Arcades: The History of a Building Type*, Boston: MIT Press.
Gellner, E. (1979) «The Social Roots of Egalitarianism», *Dialectics and Humanism*, 4.
Gershuny, J. y Jones, S. (1987) «The Changing Work/Leisure Balance in Britain: 1961-1984», en J. Horne, D. Jary y A. Tomlinson, eds., *Sport, Leisure and Social Relations*, Londres: Routledge & Kegan Paul.
Gessner, V. y Schade, A. (1990) «Conflicts of Culture in Cross-Border Legal Relations», *Theory, Culture & Society*, 7(2-3).
Giddens, A. (1981*a*) «Modernism and Postmodernism», *New German Critique*, 22.
(1981*b*) *A Contemporary Critique of Historical Materialism*, Londres: Macmillan.
(1984) *The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration*, Oxford: Polity Press. [*La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*, Buenos Aires: Amorrortu editores, 1995.]
(1985) *The Nation State and Violence*, Cambridge: Polity Press.
(1987*a*) «Nine Theses on the Future of Sociology», en *Social Theory and Modern Sociology*, Cambridge: Polity Press.
(1987*b*) «Structuralism, Post-structuralism and the Production of Culture», en *Social Theory and Modern Sociology*, Cambridge: Polity Press.
Ginzburg, C. (1980) *The Worm and the Cheese*, Londres: Routledge & Kegan Paul.
Goffman, E. (1951) «Systems of Class Status», *British Journal of Sociology*, 2.
Gott, R. (1986) «The Crisis of Contemporary Culture», *Guardian*, 1 de diciembre, pág. 10.
Goudsblom, J. (1987) «On High and Low in Society and Sociology», *Sociologisch Tijdschrift*, 13(1).

Gouldner, A. (1971) *The Coming Crisis of Western Sociology*, Londres: Heinemann. [*La crisis de la sociología occidental*, Buenos Aires: Amorrortu editores, 1979.]
(1979) *The Future of the Intellectuals and the Rise of the New Class*, Londres: Macmillan.
Gusfield, J. R. (1963) *Symbolic Crusade*, Urbana: University of Illinois Press.
Gusfield, J. R. y Michalowicz, J. (1984) «Secular Symbolism», *Annual Review of Sociology*, 10.

Habermas, J. (1971) «Technology, Science and Ideology», en *Toward a Rational Society*, Londres: Heinemann.
(1981*a*) «Modernity versus Postmodernity», *New German Critique*, 22.
(1981*b*) *Theorie des Kommunikativen Handelns*, Francfort: Suhrkamp.
(1984) *Theory of Communicative Action*, vol. I, Londres: Heinemann.
(1985) «Questions and Counter-questions», en R. J. Bernstein, ed., *Habermas and Modernity*, Oxford: Polity Press.
(1987) *Theory of Communicative Action*, vol. II, Oxford: Polity Press.
Haferkamp, H. (1987) «Beyond the Iron Cage of Modernity: Achievement. Negotiation and Changes in the Power Structure», *Theory, Culture & Society*, 4(1).
Hall, J. (1985) *Powers and Liberties: The Causes and Consequences of the Rise of the West*, Oxford: Basil Blackwell.
Hammond, J. L. (1986) «Yuppies», *Public Opinion Quarterly*, 50.
Hammond, P. E. (1986) «Religion in the Modern World», en J. D. Hunter y S. C. Ainlay, eds., *Making Sense of Modern Times: P. L. Berger and the Vision of Interpretive Sociology*, Londres: Routledge & Kegan Paul.
Harvey, D. (1988) «Voodoo Cities», *New Statesman and Society*, 30 de septiembre.
Hassan, I. (1985) «The Culture of Postmodernism», *Theory, Culture & Society*, 2(3).
Haug, W. F. (1986) *Critique of Commodity Aesthetics*, Oxford: Polity Press.
(1987) *Commodity Aesthetics, Ideology and Culture*, Nueva York: International General.
Hauser, A. (1982) *The Sociology of Art*, Londres: Routledge & Kegan Paul.
Hazard, P. (1964) *The European Mind 1680-1715*, Harmondsworth: Penguin.
Hebdige, D. (1983) «In Poor Taste: Notes on Pop», *Block*, 3, págs. 54-68.

(1988) *Hiding in the Light*, Londres: Routledge & Kegan Paul.
Hepworth, M. y Featherstone, M. (1982) *Surviving Middle Age*, Oxford: Basil Blackwell.
Hirsch, F. (1976) *The Social Limits to Growth*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
Hirshman, A. (1982) *Shifting Involvements*, Oxford: Basil Blackwell.
Hobsbawm, E. y Ranger, T. (1983) *The Invention of Tradition*, Cambridge: Cambridge University Press.
Hochschild, A. (1983) *The Managed Heart*, Berkeley: California University Press.
Horkheimer, M. y Adorno, T. (1972) *Dialectic of Enlightenment*, Nueva York: Herder & Herder.
Horne, D. (1984) *The Great Museum*, Londres: Pluto Press.
Hoy, D. C. (ed.) (1986) *Foucault: A Critical Reader*, Oxford: Basil Blackwell.
Hutcheon, L. (1984) *Narcissistic Narrative: The Metafictional Paradox*, Londres: Methuen.
(1986-87) «The Politics of Postmodernism», *Cultural Critique*, 5.
(1987) «Beginning to Theorise Postmodernism», *Textual Practice*, 1(1).
Huyssen, A. (1981) «The Search for Tradition: Avant-Garde and Postmodernism in the 1980s», *New German Critique*, 22.
(1984) «Mapping the Postmodern», *New German Critique*, 33, págs. 5-52.

Jackson, B. (1968) *Working Class Community*, Londres.
Jackson, P. (1985) «Neighbourhood Change in New York: The Loft Conversion Process», *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 74(3).
Jacoby, R. (1987) *The Last Intellectuals*, Nueva York: Basic Books.
Jameson, F. (1979) «Reification and Utopia in Mass Culture», *Social Text*, 1(1).
(1981) *The Political Unconscious*, Ithaca: Cornell University Press.
(1984*a*) «Postmodernism: or the Cultural Logic of Late Capitalism», *New Left Review*, 146.
(1984*b*) «Postmodernism and the Consumer Society», en H. Foster, ed., *Postmodern Culture*, Londres: Pluto Press.
(1984*c*) «The Politics of Theory», *New German Critique*, 33.
(1984*d*) «Foreword to J. F. Lyotard», *The Postmodern Condition*, Manchester: Manchester University Press.
(1987) «Regarding Postmodernism: A Conversation», *Social Text*, 17 (otoño).
Jencks, C. (1984) *The Language of the Postmodern Architecture*, Londres: Academy.

Johnson, R. (1976) «Barrington Moore, Perry Anderson and English Social Development», *Working Papers in Cultural Studies*, 9.

(1979) «Histories of Culture: Theories of Ideology. Notes on an Impasse», en M. Barrett, P. Corrigan, A. Kuhn y J. Wolff, eds., *Ideology and Cultural Reproduction*, Londres: Croom Helm.

Kalberg, S. (1987) «The Origin and Expansion of *Kulturpessimismus*», *Sociological Theory*, 5 (otoño).

Kant, I. (1790-1952) *Critique of Aesthetic Judgement*, Londres: Oxford University Press.

Kaplan, E. A. (1986) «History, Spectator and Gender Address in Music Television», *Journal of Communications Inquiry*, 10(1).

(1987) *Rocking Around the Clock: Music, Television, Postmodernism and Consumer Culture*, Londres: Methuen.

Kauffmann, R. L. (1986) «Post-Criticism, or the Limits of Avant-Garde Theory», *Telos*, 67.

Kellner, D. (1983) «Critical Theory, Commodities and the Consumer Society», *Theory, Culture & Society*, (3).

(1987) «Baudrillard, Semiurgy and Death», *Theory, Culture & Society*, 4(1).

(1988) «Postmodernism as Social Theory: Some Challenges and Problems», *Theory, Culture & Society*, 5(2-3).

Kohler, M. (1977) «Postmodernismus: Ein begriffsgeschichter Überblick», *America Studies*, 22(1).

Kramer, H. (1982) «Postmodern: Art and Culture in the 1980s'», *The New Criterion*, 1(1).

Kroker, A. (1985) «Baudrillard's Marx», *Theory, Culture & Society*, 2(3).

Kroker, A. y Cook, D. (1987) *The Postmodern Scene*, Nueva York: St. Martins Press.

Kroker, A. y Kroker, M. (1987) «Body Digest», *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 11(1-2).

Kuenzli, R. (1987) «Nietzschean Strategies: Dada and Postmodernism», trabajo presentado ante la IALP Conference of Postmodernism, Lawrence, Kansas.

Kuper, A. (1988) *The Making of Primitive Society*, Londres: Routledge & Kegan Paul.

Ladurie, E. le Roy (1981) *Carnival in Romans*, Harmondsworth: Penguin.

Lamont, M. y Lareau, A. (1988) «Culture Capital», *Sociological Theory*, 6(2).

Langer, B. D. (1984) «Studies in from the Cold», en C. Veliz, J. Carroll, J. Goldlust, W. Pelz, B. D. Langer, J. Arnason, E. Hel-

ler, F. Mackie y R. Brown, *Sociology of Culture*, Melbourne: La Trobe University.
Lasch, C. (1979) *The Culture of Narcissism*, Nueva York: Norton.
Lash, S. (1988) «Discourse or Figure? Postmodernism as a Regime of Signification», *Theory, Culture & Society*, 5(2-3).
Lash, S. y Urry, J. (1987) *The End of Organised Capitalism*, Oxford: Polity Press.
Laslett, P. (1965) *The World We Have Lost*, Londres: Methuen.
Leal, O. F. y Oliven, R. G. (1988) «Class Interpretations of a Soap Opera Narrative», *Theory, Culture & Society*, 5(1).
Le Goff, J. (1984) *La civilisation de l'occident médiéval*, París: Artaud.
Lefebvre, H. (1971) *Everyday Life in the Modern World*, Londres: Allen Lane.
(1978) *Einführung in die Modernität*, Francfort: Suhrkamp.
Leiss, W. (1978) *The Limits to Satisfaction*, Londres: Marion Boyars.
(1983) «The Icons of the Marketplace», *Theory, Culture & Society*, 1(3).
Leiss, W., Kline, S. y Jhally, S. (1986) *Social Communication in Advertising*, Nueva York: Macmillan.
Lepenies, W. (1988) *Between Literature and Science: The Rise of Sociology*, Cambridge: Cambridge University Press.
Levine, D. (1985) *The Flight from Ambiguity*, Chicago: Chicago University Press.
Levine, L. (1989) *Highbrow / Lowbrow: The Emergence of Cultural Hierarchy in America*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
Liebersohn, H. (1988) *Fate and Utopia in German Sociology*, Cambridge, Mass.: MIT Press.
Linder, S. B. (1970) *The Harried Leisure Class*, Nueva York: Columbia University Press.
Lockwood, D. (1964) «Social Integration and System Integration», en G. K. Zollschan y W. Hirsch, eds., *Explorations in Social Change*, Boston: Houghton Mifflin.
Lowenthal, L. (1961) *Literature, Popular Culture and Society*, Palo Alto, Ca.: Pacific Books.
Luckmann, B. (1971) «The Small Life Worlds of Modern Man», *Social Research.*
Luckmann, T. (1967) *The Invisible Religion*, Londres: Macmillan.
Lukács, G. (1971) *History and Class Consciousness*, trad. R. Livingstone, Londres: Merlin Press.
Lukes, S. (1973) *Emile Durkheim: His Life and Work*, Harmondsworth: Allen Lane.
Lunn, E. (1985) *Marxism and Modernism*, Londres: Verso.
Lyotard, J. F. (1971) *Discours, figure*, París: Klincksiek.

(1977) *Instructions païnnes*, París: Galilée.
(1984) *The Postmodern Condition*, Manchester: Manchester University Press.
(1986-1987) «Rules and Paradoxes or Svelte Appendix», *Cultural Critique*, 5.
(1988) «Interview», *Theory, Culture & Society*, 5(2-3).

Maffesoli, M. (1988*a*) «Affectual Postmodernism and the Megapolis», *Threshold IV*, 1.
(1988*b*) «Jeux de Masques: Postmoderne Tribalisme», *Design Issues*, 4(1-2).
Malraux, A. (1967) *Museum without Walls*, Londres.
Mandel, E. (1975) *Late Capitalism*, Londres: New Left Books.
Mann, M. (1986) *The Sources of Social Power*, Cambridge: Cambridge University Press.
Mannheim, K. (1956) «The Democratization of Culture», en *Essays on the Sociology of Culture*, Londres: Routledge & Kegan Paul.
Marcuse, H. (1964) *One Dimensional Man*, Londres: Routledge & Kegan Paul.
(1969) *An Essay on Liberation*, Harmondsworth: Peguin.
Martin, B. (1981) *A Sociology of Contemporary Cultural Change*, Oxford: Basil Blackwell.
Marwick, A. (1988) *Beauty*, Londres.
Mattelart, A. (1979) *Multinational Corporations and the Control of Culture*, Brighton: Harvester Press.
McGregor, C. (1984) *Pop Goes the Culture*, Londres: Pluto Press.
McKendrick, N., Brewer, J. y Plumb, J. H. (1982) *The Birth of a Consumer Society*, Londres: Europa.
Megill, A. (1985) *Prophet of Extremity*, Berkeley: California University Press.
Mercer, C. (1983) «A Poverty of Desire: Pleasure and Popular Politics», en T. Bennett *et al.*, eds., *Formations of Pleasure*, Londres: Routledge & Kegan Paul.
Meyrowitz, J. (1985) *No Sense of Place*, Oxford: Oxford University Press.
Millot, B. (1988) «Symbol, Desire and Power», *Theory, Culture & Society*, 5(4).
Mullin, B. y Taylor, L. (1986) *Uninvited Guests*, Londres.
Murphy, R. (1989) *Social Closure: The Theory of Monopolization and Exclosure*, Oxford: Clarendon Press.

Nuttall, J. y Carmichael, R. (1977) *Common Factors / Vulgar Factions*, Londres: Routledge & Kegan Paul.

Olsen, D. (1986) *The City as a Work of Art*, New Haven: Yale University Press.

O'Neill, J. (1988) «Religion and Postmodernism: The Durkheimian Bond in Bell and Jameson», *Theory, Culture & Society*, 5(2-3).

Osiel, M. J. (1984) «Going to the People: Popular Culture and the Intellectuals in Brazil», *European Journal of Sociology*, 25.

Palmer, R. E. (1977) «Postmodernity and Hermeneutics», *boundary 2*, 22.

Parkin, F. (1979) *Marxism and Class Theory: A Bourgeois Critique*, Londres: Tavistock.

Parsons, T. (1937) *The Structure of Social Action*, Nueva York: McGraw Hill.

(1951) *The Social System*, Nueva York: Free Press.

(1961) «Culture and the Social System: Introduction», en T. Parsons, E. Shils, K. D. Naegele y J. R. Pitts, eds., *Theories of Society*, Nueva York: Free Press.

Pawley, M. (1986) «Architecture: All the History that Fits», *Guardian*, 3 de diciembre, pág. 10.

Poggioli, R. (1973) «The Concept of the Avant-Garde», en T. Burns y E. Burns, eds., *The Sociology of Literature and Drama*, Harmondsworth: Penguin.

Pollock, G. (1985-1986) «Art, Artschool, Culture: Individualism after the Death of the Artist», *Block*, 11.

Poster, M. (1975) *Existential Marxism in Postwar France*, Princeton: Princeton University Press.

Preteceille, E. y Terrail, J. P. (1985) *Capitalism, Consumption and Needs*, Oxford: Basil Blackwell.

Rajchman, J. (1985) «Foucault and the End of Modernism», en *Michel Foucault: The Freedom of Philosophy*, Nueva York: Columbia University Press.

Reay, B. (1985*a*) «Introduction», en *Popular Culture in Seventeenth Century England*, Londres: Croom Helm.

(1985*b*) «Popular Religion», en *Popular Culture in Seventeenth Century England*, Londres: Croom Helm.

Reddy, W. M. (1984) *The Rise of Market Culture*, Cambridge: Cambridge University Press.

Robbins, D. (1987) «Sport, Hegemony and the Middle Class: The Victorian Mountaineers», *Theory, Culture & Society*, 4(4).

Roberts, D. (1988) «Beyond Progress: The Museum and Montage», *Theory, Culture & Society*, 5(2-3).

Robertson, R. (1978) *Meaning and Change*, Oxford: Basil Blackwell.

(1987) «Globalization Theory and Civilizational Analysis», *Comparative Civilizations Review*, otoño.

(1988) «The Sociological Significance of Culture: Some General Considerations», *Theory, Culture & Society*, 5(1).
(1990) «Mapping the Global Conditions», *Theory, Culture & Society*, 7(2-3).
Rochberg-Halton, E. (1986) *Meaning and Modernity*, Chicago: Chicago University Press.
Rojek, C. (1985) *Capitalism and Leisure Theory*, Londres: Tavistock.
Rose, G. (1978) *The Melancholy Science: An Introduction to the Thought of Theodor W. Adorno*, Londres: Macmillan.

Sahlins, M. (1974) *Stone Age Economics*, Londres: Tavistock.
(1976) *Culture and Practical Reason*, Chicago: Chicago University Press.
Said, E. W. (1978) *Orientalism*, Londres: Routledge & Kegan Paul.
Sayre, R. y Löwy, M. (1984) «Figures of Romantic Anti-Capitalism», *New German Critique*, 32.
Schapiro, M. (1961) «Style», en M. Phillipson, ed., *Aesthetics Today*, Londres: Meridian Books.
Schlesinger, P. (1987) «On National Identity: Some Conceptions and Misconceptions Criticised», *Social Science Information*, 26(2).
Schmidt, M. (1988) «The Place of Culture in Parsons Theory of Social Action», trabajo presentado ante la 3rd. American-German Sociological Theory Conference, Bremen.
Schudson, M. (1986) *Advertising: The Uneasy Persuasion*, Nueva York: Harper.
(1987) «The New Validation of Popular Culture», *Critical Studies in Mass Communications*, 4.
Schwartz, B. (1983) *Vertical Classification*, Chicago: Chicago University Press.
Schweder, R. A. (1984) «Anthropology's Romantic Rebellion against the Enlightenment», en R. A. Schweder y R. A. Levine, eds., *Culture Theory*, Cambridge: Cambridge University Press.
Seigel, J. (1986) *Bohemian Paris*, Nueva York: Viking.
Sennett, R. (1976) *The Fall of Public Man*, Cambridge: Cambridge University Press.
Shields, R. (1987) «Social Spatialization and the Built Environment: The West Edmonton Mall», Sussex University, mimeo.
(1990) «"The System of Pleasure": Liminality and the Carnivalesque in Brighton», *Theory, Culture & Society*, 7(1).
Shils, E. y Young, M. (1953) «The Meaning of the Coronation», *Sociological Review*, 1(2).

Shusterman, R. (1988) «Postmodernist Aestheticism: A New Moral Philosophy?», *Theory, Culture & Society*, 5(2-3).
Silverman, D. (1986) *Selling Culture*, Nueva York.
Simmel, G. (1978) *The Philosophy of Money*, trad. T. Bottomore y D. Frisby, Londres: Routledge & Kegan Paul.
Simpson, C. (1981) *SoHo: The Artist in the City*, Chicago: Chicago University Press.
Slater, P. (1973) *The Origin and Significance of the Frankfurt School*, Londres: Routledge & Kegan Paul.
Smith, A. (1990) «Is There a Global Culture?», *Theory, Culture & Society*, 7(2-3).
Smith, D. (1988) «History, Geography and Sociology: Lessons from the Annales School», *Theory, Culture & Society*, 5(1).
Sobel, E. (1982) *Lifestyle*, Nueva York: Academic Press.
Sontag, S. (1967) *Against Interpretation*, Londres: Eyre & Spottiswoode.
Sorokin, P. (1957) *Social and Cultural Dynamics*, Boston: Porter Sargent.
Spanos, W. (1987) *Repetitions: The Postmodern Occasion in Literature*, Baton Rouge: Louisiana State University Press.
Spencer, L. (1985) «Allegory in the World of the Commodity: The Importance of Central Park», *New German Critique*, 34.
Stallybrass, P. y White, A. (1986) *The Politics and Poetics of Transgression*, Londres: Methuen.
Stauth, G. y Turner, B. S. (1988) «Nostalgia, Postmodernism and the Critique of Mass Culture», *Theory, Culture & Society*, 5 (2-3).
Steiner, G. (1971) *In Bluebeard's Castle: Some Notes Towards the Re-definition of Culture*, Londres: Faber and Faber.
Stratton, J. (1989) «Postmodernism and Popular Music», *Theory, Culture & Society*, 6(1).
Susman, R. (1979) «Personality and the Making of Twentieth Century Culture», en J. Higham y P. K. Conkin, eds., *New Directions in American Cultural History*, Baltimore: Johns Hopkins University Press.
(1982) *Culture and Commitment 1929-1945*, Nueva York: Braziller.
Swingewood, A. (1977) *The Myth of Mass Culture*, Londres: Macmillan.

Tagg, J. (1985-1986) «Postmodernism and the Born Again Avant-Garde», *Block*, 11.
Thompson, K. (1986) *Beliefs and Ideology*, Londres: Tavistock.
Tiryakian, E. A. (1978) «Emile Durkheim», en T. B. Bottomore y R. Nisbet, eds., *A History of Sociological Analysis*, Londres: Heinemann.

Touraine, A. (1985) «An Introduction to the Study of Social Movements», *Social Research*, 52(4).
Turner, B. S. (1983) *Religion and Social Theory*, Londres: Heinemann.
(1986) *Equality*, Londres: Tavistock.
(1987) «A Note on Nostalgia», *Theory, Culture & Society*, 4(1).
(1988) *Status*, Milton Keynes: Open University Press.
(1990) «Introduction: Reflections on the Dominant Ideology Thesis after a Decade», en B. S. Turner, ed., *The Dominant Ideology Debate*, Londres: Allen and Unwin.
Turner, V. W. (1969) *The Ritual Process: Structure and Anti-Structure*, Londres: Allen Lane.

Ulmer, G. L. (1984) «The Object of Post-Criticism», en H. Foster, ed., *Postmodern Culture*, Londres: Pluto Press.
Urry, J. (1988) «Cultural Change and Contemporary Holiday-making», *Theory, Culture & Society*, 5(1).

Van Reijen, W. (1988) «*The Dialectic of Enlightenment* Read as Allegory», *Theory, Culture & Society*, 5(2-3).
Vattimo, G. (1985) *La fine della modernità*, Milán: Aldo Garzanti Editore.
Vaughan, M. (1986) «Intellectual Power and the Powerlessness of Intellectuals», *Theory, Culture & Society*, 3(3).
Venturi, R., Scott Brown, D. e Izenour, D. (1977) *Learning from Las Vegas: The Forgotten Symbolism of Architecture Form*, Cambridge, Mass.: MIT Press.

Walvin, J. (1978) *Beside the Seaside: A Social History of the Popular Seaside Holiday*, Londres: Allen Lane.
Wall, D. (1987) «Oppenheim under the Sign of the Mirror», trabajo presentado ante la IALP Conference on Postmodernism, Kansas.
Wallerstein, I. (1974) *The Modern World-System I*, Nueva York: Academic Press.
(1980) *The Modern World-System II*, Nueva York: Academic Press.
Weber, M. (1949) «"Objectivity" in Social Science and Social Policy», en *The Methodology of the Social Sciences*, Glencoe: Free Press.
(1968) *Economy and Society*, 3 vols., Bedminster Press.
Weiss, J. (1986) «Wiederverzauberung der Welt», *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 27.
White, H. (1973) *Metahistory*, Baltimore: Johns Hopkins University Press.
Wiener, M. (1981) *English Culture and the Decline of the Industrial Spirit*, Cambridge: Cambridge University Press.

Wilson, E. (1985) «Women, Knitting and Art», *Marxism Today.*
Williams, R. (1958) *Culture and Society 1780-1950*, Harmondsworth: Penguin.
(1961) *The Long Revolution*, Harmondsworth: Penguin.
(1976) *Keywords*, Londres: Fontana.
(1979) *Politics and Letters*, Londres: New Left Books.
(1983) *Towards 2000*, Londres: Chatto & Windus.
(1989) «Common Culture» y «Culture is Ordinary», ambos en *Resources of Hope*, Londres: New Left Books.
Williams, R. H. (1982) *Dream Worlds: Mass Consumption in Late Nineteenth Century France*, Berkeley: California University Press.
Williamson, J. (1986) *Consuming Passions*, Londres: Marion Boyars.
Willis, P. (1978) *Profane Culture*, Londres: Routledge & Kegan Paul.
Winship, J. (1983) «*Options* - For the Way You Want to Live Now, or a Magazine for Superwoman», *Theory, Culture & Society,* 1(3).
Wolff, J. (1983) *Aesthetics and the Sociology of Art*, Londres: Allen & Unwin.
(1985) «The Invisible *Flâneuse*», *Theory, Culture & Society*, 2(3).
Wolin, R. (1982) *Walter Benjamin: An Aesthetic of Redemption*, Nueva York: Columbia University Press.
(1986) «Foucault's Aesthetic Decisionism», *Telos*, 67.
Wouters, C. (1979) «Negotiating with de Swaan», Amsterdam, mimeo.
(1986) «Formalization and Informalization: Changing Tension Balances in Civilizing Processes», *Theory, Culture & Society*, 3(2).
(1987) «Developments in the Behavioural Codes Between the Sexes: The Formalization of Informalization in the Netherlands 1930-1985», *Theory, Culture & Society*, 4(2-3).
(1989) «The Sociology of Emotions and Flight Attendants: Hochschild's *Managed Heart*», *Theory, Culture & Society*, 6(2).

Zolberg, V. (1984) «American Art Museums: Sanctuary or Free-For-All?», *Social Forces*, 63, diciembre.
Zukin, S. (1982*a*) «Art in the Arms of Power», *Theory and Society*, 11.
(1982*b*) *Loft Living*, Baltimore: Johns Hopkins University Press.
(1987) «Gentrification», *Annual Review of Sociology.*
(1988*a*) «The Postmodern Debate over Urban Form», *Theory, Culture & Society*, 5(2-3).
(1988*b*) *Loft Living*, 2ª ed., Londres: Hutchinson/Radius.